صناعة الإعلام العالمي المعاصر

أ.د. عبد الرزاق الدليمي

اليازوري

صناعة الإعلام
العالمي المعاصر

صناعة الإعلام العالمي المعاصر

أ.د. عبد الرزاق محمد الدليمي



الطبعة العربية – 2015

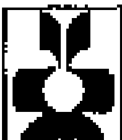
رقم الإيداع 1470/4/2015

التحرير : هيئة التحرير

تصميم الغلاف : نضال جمهور

الصف والإخراج : سامي أبو سعدة

الطباعة : مطبعة رشاد برس بيروت



اليازوري

دار اليـــازوري العلمية للنشر والتوزيع

عمان – وسط البلد – شارع الملك حسين

هاتف: 4626626 6 962+ تلفاكس: 4614185 6 962+

ص. ب. 520646 الرمز البريدي: 11152

info@yazori.com www.yazori.com

صناعة الإعلام العالمي المعاصر

تأليف

الأستاذ الدكتور

عبد الرزاق محمد الدليمي



اليازوري

المقدمة

شهد العالم بشكل عام والصحافة والإعلام بشكل خاص تغيرا ملحوظا في العالم بحلول القرن الواحد والعشرين. فقد غيرت أحداث الحادي عشر من سبتمبر نظرة العالم للعلاقات الدولية وللإعلام الذي اطلعنا بدوره على شعوب ووجهات نظر أخرى لا تقل أهمية عن وجهات نظرنا الخاصة.

نستعرض في كتابنا هذا (صناعة الإعلام العالمي المعاصر) القضايا التي تواجه الإعلام في العالم وخصائص وتوجهات أنظمة الإعلام العالمية، ومواكبة التغييرات الهائلة في الإعلام بما يتلائم والتطورات العالمية.

ورغم صعوبة تتبع التطور الذي طرأ على الإعلام في ظل التطورات العالمية الهائلة. إلا أننا حاولنا إلقاء نظرة عامة عن الإعلام العالمي التي من الممكن أن تغير النظرة الغربية الأمريكية التي غزت الأدبيات. ومن هذه التطورات المهمة الثورة التكنولوجية بعد عام ١٩٩٠، والإنترنت الذي غير طرق الاتصالات البشرية للأبد. بالإضافة إلى التغييرات التي أضفت بعداً جديدا على صناعة الإعلام العالمي منذ نهاية القرن الماضي.

أنّ مهمة وسائل الإعلام الرئيسية أن تقدم كل ما يهم المجتمع من الفن وحتى السياسة إلا أنه وبعد عام ١٩٩٠ سيطر الشر بكل ألوانه على الإعلام حتى امتلأ بالسياسة والدعاية العسكرية والعنف. لذا فقد يطلق على عصر المعلومات هذا «عصر الأزمات». حيث «التمزق الكبير» يكمن في التغطية الإعلامية لكثرة الحروب والاحتلالات حتى امتلأت الأخبار بالتصريحات العسكرية والسياسية.

لقد رافق التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات عقبات اعترضت الإعلام كالجرائم والمشكلات الاجتماعية والحروب المحلية والإرهاب. وبناءاً

عليه ازدهرت أنـواع عديدة من الإعـلام وتراجعـت أخرى، مع تزايـد الاهتمام بالإنترنـت الـذي أصبح جـزا مـن صناعـة الإعـلام العالمـي الملـيء بالأخبار والشائعات والفضائح.

لقد أسهم الإنترنت وانفتاح الأسـواق العالمية في ازدهار الإعلان والعلاقات العامة في الصحافة العالميـة. كما تزايدت أهمية الإعـلان والعلاقات العامة في القطـاع المالي بفضل تشـابك الاقتصـاد العالمي. فقـد لفتت الأقمـار الصناعية والإنترنت انتباه العالم إلـى الأزمات وكيفية الخروج منهـا، فالإنترنت هو قطاع معلوماتي وأداة اتصال، كما أنه أداة رئيسية للتطوير الإعلاني والعلاقات العامة.

شـهد الإعلام عبر التاريـخ تناقضـات مختلفة مـن حكومات تحـاول إغلاق الصحف إلى المواطنين الذين يحتجون على معالجة الإعلام لبعض الأمور مثل الإجهـاض وحقوق المرأة. كمـا أن لتعليـم الصحافة وجوها مختلفـة كثيرة فإن له برامج وكليات ومعاهد ومزايـا أيضا، كالوعي بأهمية ثقافـة المجتمع وظهور وسائل الترفيه وتكنولوجيا الإعلام وصناعته وعولمته وتدفق الأخبار.

كذلك انبثقـت فكرة إسـاءة التقارير مـن الأراضـي الأجنبية لان المشـاهد لا يملك المعلومات الكافية عن المناطق التي تأتي التقارير منها ولا مجال للتحقق من صحـة أو مصداقية تلك الأخبار إضافة إلى أن المراسـل عـادة ما يحمل معه ثقافته التي تنعكس في فهمه ووجه نظره.

نرجـو أن يلقى كتابنـا هذا رضـى المهتميـن بالإعـلام العالمـي المعاصر من الأسـاتذة والطلبـة الذيـن يدرسـون الأنظمـة الإعلامية. كمـا نرجو أن يسـاعد الكتاب في فهم بعض نظريات الإعلام وممارسـات وسـائل الإعـلام العالمية. ومن الله التوفيق

المؤلف

❖❖❖❖

الإعلام المعاصر

لم نعد بحاجة إلى أن نؤكد على الأهمية البالغة والمكانة الكبيرة التي يحتلها الإعلام في المجتمع المعاصر، وذلك بعد أن أصبح النشاط الاتصالي جزءًا رئيسًا من الحياة اليومية للأفراد والجماعات المختلفة، وشريان الحياة في المجتمع البشري، سواء في الأنظمة الديمقراطية أو الشمولية... في البيئات الزراعية أو الصناعية... في المجتمعات المتقدمة أو النامية... فلم يعد المرء يستطيع الحياة دون الاتصال مع غيره من الناس، ودون مواكبة ما يدور حوله من أحداث، سواء على الساحة المحلية أو العالمية.

وفي غياب الاتصال بين الأفراد والجماعات الإنسانية، فإن العلاقات بينها تتجمد، ومعين الحياة فيها سوف ينضب، لأن الإنسان يمارس الاتصال في حياته اليومية بصورة تلقائية، منذ أن يستيقظ من نومه في الصباح وحتى يأوي إلى فراشه في المساء.

ولو لم يسع المرء إلى وسائل الإعلام، فإن هذه الوسائل سوف تسعى إليه لتقدم له ما يدور حوله من أحداث، وما أفرزته الأدمغة البشرية من علوم ومعارف، لاسيما بعد أن فرضت التقنيات المعاصرة وثورة المعلومات نفسها عليه، وأعطته الفاعلية والقدرة على التغيير وتكوين الاتجاهات، فأصبح إنسان اليوم أسيرًا لهذه الوسائل، تحاصره في كل وقت وفي كل زمان، فلا يستطيع الفكاك منها أو الحياة بدونها، أي أن إنسان اليوم أصبح يعيش ثورة إعلامية تحاصره من مختلف الجهات، وبمختلف اللغات، ليلاً ونهارًا، تحاول أن ترسم له طريقًا جديدًا لحياته، وأسلوبًا معاصرًا لنشاطه وعلاقاته.

وتتضاعف مكانة الإعلام المعاصر بعد أن حملت لنا الاكتشافات الحديثة والبحوث المعاصرة معطيات تقنية، ووسائل إلكترونية، وإمكانات إعلامية،

لم تتح للأجيال التي سبقتنا، وهذه الفنون والأساليب الحديثة إذا أحسن توظيفها، فإنها سوف تسهم في تحقيق الرفاهية للبشرية جمعاء.

فالوسائل السمعية والبصرية والأقمار الصناعية وأجهزة الاتصال الإلكترونية الحديثة يسرت ذلك، ومكنت للتدفق الإعلامي من أن ينساب بتلقائية ويسر إلى أي مكان في العالم، حتى إن ما يدور في أقصى الشرق أصبح يسمعه ويراه القاطنون في أقصى الغرب في اللحظة نفسها.

كما أن التقدم العلمي الكبير الذي تم إحرازه في تقنيات العمل الصحفي والإذاعي (المسموع والمرئي)، مكّن النشاط الإعلامي من أن يشد إليه الجمهور، ويغريه بما يقدمه من أعمال درامية، وقوالب حوارية، وفنون إخبارية وثقافية، مما استلفت انتباه الإنسان وشد اهتمامه بطرق الجذب وأساليب الاستمالة وفنون الإقناع المختلفة، وقد أضافت القنوات الفضائية وأقمار الاتصالات وثورة المعلومات بُعدًا جديدًا للنشاط الإعلامي، وأحاطت الإنسان من كل جانب بالعديد من روافد الفكر ومصادر المعرفة.

وفي الحقيقة أن وسائل الاتصال الجماهيري قد حققت قوة جذب وإبهار، أصبح معها من الصعب التمييز بين تأثير الوسيلة وتأثير الرسالة، كما يؤكد مارشال ماكلوهان في كتابه الشهير: (The Medium is the Message).

ومن ثم فقد أصبح لوسائل الإعلام قوة تأثير كبيرة في العصر الحديث، وأصبح الإنسان في كل يوم وفي كل مكان، سواء في العمل أو في المنزل أو في الشارع، يعتمد عليها كمصادر رئيسة للحصول على المعلومات، حتى أنه يصعب تصور العالم الآن في غيبة هذه الوسائل التي تمد الناس بسيل لا ينقطع من المعلومات والصور والأفكار، فحققت للإنسان ميزة لم تكن موجودة من قبل، حين جعلته يستطيع متابعة الأحداث والقضايا العصرية والاستكشافات العلمية أثناء حدوثها، كما مكّنت ثورة الاتصال المعاصرة الوسائل الإعلامية

من الوصول إلى ملايين الناس في اللحظة الواحدة، وأصبح الخبر يطوف المعمورة كلها في الوقت نفسه، حتى تحول العالم إلى قرية إلكترونية، وغدت الدنيا كلها في متناول بصر الإنسان وسمعه، ولم يعد الإعلام يقتصر على فئة معينة أو ينحو إلى تقديم معلومات خاصة، ولكنه أصبح قادرًا على التوجه إلى الإنسان أيًا كان وحيث يكون.

ولم يعد الحديث عن وجود مردود لهذه الوسائل على الفرد والمجتمع موضع جدل أو نقاش، ولكن الجدل والنقاش يدور حول كمية هذا التأثير ونوعه، وهل هو التأثير إلى الأحسن أو إلى الأسوأ.

قال أحد الأطباء الأمريكيين في جامعة (كولومبيا): (إنه إذا صح أن السجن هو جامعة الجريمة، فإن التلفزيون هو المدرسة الإعدادية لانحراف الشباب)، وهذا يعني أن كثيرًا من المجرمين تعلّموا الجريمة من التلفزيون.. فقد أظهرت بعض الدراسات العلمية الجادة في أسبانيا، أن ٣٩٪ من الشباب المنحرفين تلقوا معلوماتهم التي استمدوها في تنفيذ جرائمهم من التلفزيون، وقد تطابقت نتائج هذه الدراسة مع النتائج التي أسفرت عنها الدراسات التي أجريت في العديد من بلدان العالم، التي كشفت أن غياب البديل السليم هو أهم العوامل المؤثرة في اندفاع الشباب نحو أفلام الجنس والجريمة ونحو ذلك.. فالشباب لا يبحث عن البرامج التافهة والخليعة إلا حينما يفقد البديل الصحيح، ومن ثم فإنه إذا تعوّد الصبية والشباب على هذه النوعية السيئة من البرامج، يصبح من الصعب بعد ذلك تحويلهم عنها، بعد أن ظهر حديثًا ما يمكن تسميته بالإدمان التلفزيوني، وقد بدأ المجتمع العربي المسلم يتحول نحو هذا الإدمان إن صح التعبير.

ويكفي أن نشير إلى دراسة أجرتها اليونسكو مؤخرًا حول معدلات التعرض للتلفزيون لدى الأطفال والصبية العرب، تبين منها أن الطالب قبل أن يبلغ الثامنة عشرة من عمره يقضي أمام التلفزيون اثنتين وعشرين ألف ساعة، في حين أنه في هذه المرحلة من العمر يقضي أربعة عشر ألف ساعة في قاعات الدرس.

وفي الوقت الذي كشفت فيه البحوث والدراسات العلمية المختلفة عن أن هذه الوسائل أصبحت من أقوى أسلحة العصر، وتتفوق على كل روافد الفكر ومصادر المعرفة، فإننا نسمع عن أصوات تهاجمها، وتطالب بعدم التعامل معها بسبب ما تحمله من سلبيات.. وفي الحقيقة، أن هذا يعد نوعًا من العجز وسوء الفهم والجهل بمعطيات العصر الذي نعيش فيه، لأن كونها تحمل شرًا أو خيرًا، فهذا أمر تحكمه السياسات والخطط الإعلامية.

ومن ثم فلا ينبغي أن ننفق الوقت في الهجوم عليها وتوجيه اللعنات لها، ولكن علينا أن نشحذ الهمم ونضع الخطط لاستثمار إيجابياتها ومحاصرة سلبياتها، لأنه أصبح من المستحيل تجاهلها.

وتلعب التكنولوجيا المعاصرة في وسائل الاتصال ونظم المعلومات، دورًا كبيرًا في إحداث تغييرات جوهرية على حاضرنا ومستقبلنا، أردنا ذلك أو لم نرد، وسوف تترك هذه التغييرات آثارًا بارزة على البيئة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية لمختلف المجتمعات، وتؤدي إلى خلق قنوات وطنية وعالمية لتبادل المعلومات ونقلها، من خلال توظيف أحدث الأجهزة الإلكترونية والمغناطيسية.

صناعة الإعلام في ظل المفهوم الاستثماري للظاهرة الإعلامية

سيادة المفهوم الليبرالي للإعلام في العصر الحالي والذي دعم الحرية والديمقراطية في النظم الليبرالية من خلال الحرص على الاستقلالية والقيام بالدور في مراقبة السلطات وحماية الحقوق المدنية كل ذلك كان له تأثير على الأداء المهني للإعلام.

لكن هذا المفهوم بدأ ينحرف في السنوات الأخيرة إلى اتجاه غلبة الفكر الاقتصادي والاستثماري والصناعي على المشروع الإعلامي.

حيث ساد منطق الربح والخسارة في إطار الاتجاه العالمي نحو تشجيع المشروع الخاص الذي بدأت تأخذ به كل نظم العالم تقريبا مما أثار مخاوف

الكثير من سيادة هذا المفهوم وهذا الاتجاه في المشروع الإعلامي.

لا يستطيع أحد أن ينكر خصوصية المشروع الإعلامي حتى لو كان له جوانب اقتصادية إلا أننا لا يمكن أن نتجاهل الجذور الثقافية والاجتماعية لهذا المشروع وامتداد هذه الجذور إلى كل المؤسسات التي تهتم ببناء البشر في كل النظم.

وقد يرى البعض إمكانية الجمع والدمج بين الجوانب الاقتصادية للمشروع الإعلامي والمعالم الاجتماعية والثقافية في نفس الوقت في ظل تناقضات النظام الليبرالي العالمي.

ومع ذلك هناك إجماع على أن تأثيرات الجمع والدمج تميل إلى الجانب السلبي أكثر من الايجابي بسبب ما يلي:

١- زيادة الضغوط التي تتعرض لها المؤسسات الإعلامية

٢- تعدد القوى التي تسيطر على أداء المؤسسات الإعلامية بعد ارتفاع نفقات التشغيل.

٣- الصعوبات المالية التي بدأت تواجه المؤسسات الإعلامية.

٤- الاستثمار في الإعلام هو إحدى حلقات الاستثمار في مجالات أخرى صناعية.

٥- تزايد الاتجاه نحو دمج المؤسسات الإعلامية وتركيز الملكية مما أدى إلى الاحتكار.

٦- الاتجاه نحو عولمة الإعلام من خلال الشركات والمؤسسات العملاقة والمتعددة الجنسية.

٧- طغيان مفهوم السوق على حركة النظم الإعلامية وأهدافها وعلاقتها بالنظم الاجتماعية الأخرى والجمهور وتأثير المفهوم على حركة العناصر الداخلية ومحتوى الإعلام.

٨- تعارض مفاهيم الإعلام الحديثة مع الأدوار الاجتماعية والثقافية لوسائل الإعلام.

٩- الانحياز إلى القوى الاقتصادية ومصادر التمويل أكثر من الانحياز إلى جمهور وسائل الإعلام

أسباب تركيز وسائل الإعلام على المصالح الخاصة وغياب المصلحة العامة في العملية الإعلامية:

١- صعوبة القيام بالوظائف الرقابية المجتمعية بتأثير من الملكية الخاصة:

أثبتت الدراسات العلمية الإعلامية أن الشركات الإعلامية العملاقة تعتبر أحد أدوات الضغط الذي تمارسه القوى الاقتصادية بالإضافة إلى أنها تحدد بشكل مباشر وحاسم من الموضوعات أو الأفكار التي تتعرض بالنقد لنشاط القوى المسيطرة ومصالحها وبالتالي أضحت وسائل الإعلام تركز على الترفيه والتسلية بالدرجة الأولى وموضوعات الثقافية الجماهيرية والاستهلاكية مع إعطاء اهتمام محدود لمفهوم الرقابة على السلطات.

٢- الحد من التنوع والتعدد والتميز:

وهذا يعود إلى السيطرة الغربية من قبل الشركات الاستثمارية الضخمة على كم كبير من مؤسسات الإعلام ووسائل الإعلام وهذا أدى إلى رغبة المؤسسات والقائمين عليها في تحقيق أهداف سياسية واقتصادية في ثنايا العملية الإعلامية.

٣- سيطرة الإعلان كمصدر أساسي من مصادر التمويل:

وهذا أدى إلى ابتعاد وسائل الإعلام عن مضمونها الأساسي ووظائفها الحقيقية والاتجاه إلى تحقيق رغبات المعلنين وتهميش الفئات الضعيفة ماديا ومخاطبة الفئات القادرة ماديا وتحقيق رغباتها وتحقيق اشباعاتها.

أبرز وكالات الأنباء في العالم

وكالـة الأنباء هي مؤسسـة تقدم خدمـة إخبارية حيـث تعني بتجميـع الأخبار وتغطية الأحداث بالصورة والكلمة والصـوت. وتقوم بتوفير خدماتها الإخبارية إلى مختلف المؤسسـات الإعلاميـة كالإذاعـة والتلفزيون والصحف والشـبكة العنكبوتية.

تأسست أول وكالة أنباء في العالم في باريس سـنة ١٨٣٥، وأطلق عليها اسم «هافاس» نسـبة إلى مؤسسـها «شـارل لويس هافاس» والتي أصبحت فيما بعد فرانس بـرس (وكالة الأنباء الفرنسـية) التي تعد حاليا واحدة مـن أهم الوكالات العالمية رفقة رويترز البريطانية واسوشيتد برس الأمريكية.

تقوم الوكالة بالتعاقد مع هذه المؤسسـات سـنويا مقابل مبلغ مالي يتفق عليه. وتتعهـد الوكالـة بتوصيل الأخبـار عبر مختلـف الوسـائل، كالسـواتل الفضائية وضمن قنوات خاصة تمر عبر الشبكة العنكبوتية.

وفي بحث قيم حول وكالات الأنباء نشر في ستار تايمز أشير إلى أن وكالات الأنباء تشـكل مصدرا مهما رئيسـيا للأخبار ضمن مسـار العمليـة الإعلامية لقد تبوأت هـذه المؤسسـات مركز الصـدارة فـي التعامل مـع الأحـداث ومتابعتها وتغطيـة مجرياتهـا للجمهـور عبـر شـبكاتها ومراسـليها فـي مختلـف البلـدان والمناطق السـاخنة من العالم. وقد اسـتحوذت هذه الـوكالات وخاصة الكبيرة منها ذات الصفة العالمية حيزا واسـعا ومؤثر فـي هذا الميـدان وبالتالي هيمنتها على مجرى تدفق الأخبار.

مفهوم وكالات الأنباء:

تعرف وكالات الأنبـاء بأنها منظمات أو مؤسسـات أو هيئـات وظيفتها جمع الأخبار والصور والموضوعـات الصحفية من مختلف مناطـق العالم ،والوكالة الصحفيـة الإخبارية هـي المطبوعـة التي تصـدر بصورة مسـتمرة وباسـم معين

وتكون معدة لتزود مؤسسات النشر الأخرى بالأخبار والمقالات والصور والرسوم ، وتشكل وكالات الأنباء واحدة من أهم مصادر المعلومات التي تتكفل بنشر الأخبار داخل بلد من البلاد أو فيما بينها ولا تقتصر خدماتها على الصحف فقط بل تتعداها إلى محطات الإذاعة والى غيرها من المنظمات.

إن هذا التعريف يبين مدى أهمية وكالات الأنباء وفي الواقع فإن قضية تحكّم مراكز قليلة قوية في تدفق الأخبار والمعلومات ظاهرة قديمة عرفت منذ الفترة التي زاد فيها نفوذ المملكة المتحدة وفرنسا وألمانيا عالمياً. فقد كانت المعلومات تتدفق من تلك الدول الثلاث إلى بقية دول العالم بما في ذلك الولايات المتحدة وكان العالم مقسماً إلى مناطق نفوذ موزعة بين وكالات الأنباء الثلاث رويتر ، هافاس ، وولف ، وقد عرف هذا باسم الكارتل الإخباري ولقد كان من حق هافاس لوحدها بيع الأخبار لدول أمريكا اللاتينية ومن حق رويتر وحدها بيع الأخبار للشرق الأقصى ومن حق وولف وحدها بيع الأخبار لأوربا ثم تبنى العالم بعد أن دخلت الولايات المتحدة مجال الإعلام مفهوم التدفق الحر للمعلومات ورفع القيود على انتقال الأنباء والمضمون الإعلامي بين مختلف الدول ، وقد أصبح هذا المبدأ ملزماً للدول الأعضاء في الأمم المتحدة وأساساً من أسس منظمة اليونسكو.

إن هذا المبدأ الآن محل شك خاصة وإن الدول النامية بدأت تشعر أن الدول المتقدمة وبشكل خاص الولايات المتحدة تسيطر على كل أنواع المضمون الإعلامي الذي يغرق العالم ويسيطر على إمكانات نقل المعلومات عبر الحدود الوطنية من خلال الأقمار الصناعية وهو الأمر الذي وضع في أيدي الدول الكبرى سلطات ضخمة تتحكم من خلالها عبر المعلومات التي تدخل الدول النامية أو تخرج منها وبالتالي أصبحت تكنولوجيا الاتصال الجديدة والمضمون الإعلامي تسير من المراكز إلى الهوامش ولذلك أصبحت المطالبة بإعادة النظر في نظام توزيع المعلومات في العالم مبدأ ثابتاً وقد ظهر اصطلاح

النظام الإعلامي العالمي الجديد للمـرة الأولى في الندوة التي نظمتها دول عدم الانحياز في تونس آذار ١٩٧٦ حول السياسات الإعلامية.

دور وكالات الأنباء وأهميتها في العملية الإعلامية

تعتبر وكالات الأنباء من أبرز وسـائل الإعلام تأثيراً علـى الصعيدين الداخلي والخارجي.. وهذا التأثير ناتج عن سببين أساسيين هو أن وكالة الأنباء لا يقتصر عملها على المحيط الداخلي وإنما يشـمل نطاق عملهـا المحيط الخارجي فهي قادرة على الوصول إلى مناطق وبقع جغرافية تعجز وسائل الإعلام الأخرى عن الوصول إليها بسبب الأجهزة المستخدمة في نقل الخبر وبثه.

وتعرف وكالات الأنباء بأنها المؤسسـة التي تمتلك إمكانيات واسـعة تمكنها مـن استقبال الأخبار ونقلها وتسـتخدم شـبكة مـن المراسـلين لجمـع الأخبار في عدد كبير مـن دول العالم.. كما تسـتخدم العديد من المحرريـن في مركزها الرئيسي يتولون تحرير المواد الإخبارية عالمية كانت أم محلية وإرسالها بأسرع وقت إلى مكاتب الوكالة في الخـارج للتوزيع المحلي على الصحف ومحطات الإذاعـة والـى وكالات الأنبـاء المتعاقـد معهـا والصحـف ومحطـات الإذاعـة والتلفزيون خارج المناطق المشتركة فيها مباشرة.

وتعـد وكالات الأنبـاء أيضا بأنها وسيلة من وسـائل الإعـلام غير المباشـرة تصل إلى الجمهور من خلال وسـائل الإعلام الجماهيريـة المعروفة كالصحافة المكتوبة والصحافة المسموعة والصحافة المسموعة المرئية.

وهي المصدر الرئيسي الذي تعتمد عليه وسـائل الإعلام وتقتبس منه الأخبار والمعلومات والممون الرئيسـي لهذه الوسـائل بالمـادة الإخبارية على اختلاف أنواعها وأشـكالها وتقوم بدور عالمي هام فـي نقل وتبادل الأنبـاء عبر القارات ويؤهلها للقيام بهـذا الدور قدراتها التكنولوجية وكوادرها البشـرية المدربة التي تستعين بها في جمع الأنباء وتوزيعها بلغات عديدة في مختلـف أنحاء العالم*

فضلا عن قدراتهـا المادية التـي تجعلها قادرة علـى نقل أخبار العالم وتشـكيل التصورات عن الأشخاص والشـعوب والثقافات والوصول إلى كل إنسان على سطح الكرة الأرضية.

كما أن وكالات الأنباء هي مصنع الأخبار في العالم تسـتخدمها الدول كافة* فهي مؤسسات كاملة واحتكارات دولية لا يستهان بها تستخدمها الدول الكبرى في تنفيذ سياستها نشرا وهجوما ودفاعا ودسائس فهي السلاح الرابع مع أسلحة البر والجو والبحر.

لهذا فإن الصحيفـة والإذاعة قادرتان علـى تغطية مناطق جغرافيـة في الغالب تكون قريبة إلى مناطق البث إلا إذا اسـتخدمت وسـائل تقوية فـي الغالب تكون قريبـة إلـى مناطـق جغرافية متعـددة وهـي عملية قـد تكـون صعبة فـي كثير من الحالات.

وتنقسم وكالات الأنباء إلى ثلاث مجموعات:

١ـ وكالات وطنية.. وتقوم هذه الوكالات بجمـع المعلومات من البلد الذي تعمل فيه ثم تعالجها وإرسالها إلى الخارج.. أما الأخبار التي تصلها من الخارج فتنشـرها فقط في بلدها وبصرف النظر عن كونها تمتلك مكاتب للمراسلين في دول أخرى فهي بجوهرها وكالات وطنية.

٢ـ وكالات إقليمية.. وهي وكالات وطنيـة تحولت إلى مراكز لتبادل الأخبار بين عدة دول تقع في منطقة واحدة أو بين دول متجاورة.

٣ـ وكالات عالمية.. فهـي تجمع وتعالج وتخزن وترسـل الأخبار من العالم كله والى العالم وسـاعد ظهورهـا على تطور الصحافة ممـا جعل ظاهرة الاتصال تأخذ بعدا جديداً فمن ناحية المكان صـار العالم أكثر قربا ومن ناحية الزمان أصبحت المعلومات أكثر حداثة مـن ذي قبل.. وتقدم هذه الـوكالات خدمات معقـدة ومتنوعة فمنهـا الخدمات العامـة التي تغطي

كامل الأحـداث الكبيرة والشـؤون المتعددة إلى الخدمـات المتخصصة المختلفـة مالية- رياضيـة- علميـة- طبية كذلك فهـي تعد أهـم المنابع الخبرية من حيث جمع الأخبار ونشرها فور ورودها.

ويشـكل عام يمكن إيجاز أبرز الوكالات العالمية والتي تشكل مصدرا رئيسيا لإخبار ومعلومات دول العالم وخاصة دول العالم النامي وهي:

١- وكالة استوشيتد برسassociated press

ترجـع أصولهـا إلى عـام ١٨٤٨ حيـث قدمـت نفسـها لأوربا كمؤسسـة غير عادية باسـم الجمعية التعاونية لأصحاب الصحف.. واكتسـبت بالتدرج صفتها العمومية لكل البلاد والتي احتكـرت فيما بعد العمل الإعلامـي والإخباري في كل الولايات المتحدة الأمريكية.

ومنذ عـام ١٩٣١ فتحت هـذه الوكالـة فروعها في لنـدن وباريـس وبرلين ثم تغلغلت في السـوق الأوربية للأخبار وتقوم حاليا بتقديـم خدماتها إلى أكثر من (١٥) ألـف جريدة والى محطـات الإذاعـة والتلفزيون في أكثر مـن (١١٥) بلد ولديها أكثر من (١١٠٠) مكتب داخل الولايـات المتحدة و(٧٠) مكتب خارج الولايات المتحدة وعـدد موظفيها يزيـد على (٥) آلاف موظـف ومعدل حجم الأخبار المغطاة أربع وعشرين ساعة يعادل (٢٠) مليون كلمة.

٢- وكالة اليونايتد برس انترناشنال united press international

وجدت هذه الوكالـة عـام ١٩٥٨ نتيجة دمج وكالـة اليونايتد بـرس (up) مع وكالة الأنباء الدولية (ns).. وتعد هذه الوكالة من أهم الوكالات في أمريكا ولها (١٠٠) مكتب داخل الولايات المتحدة و(٥٢٨) مكتب في دول العالم ومعدل البث اليومـي لها (١٤) مليـون كلمة وتبث أخبارها بخمسـين لغـة وتعمل لمدة (٢٤) ساعة يوميا.

٣- رويترز ruters

تعد وكالة رويترز البريطانية من اكبر الوكالات العالمية في مجال الأخبار والمعلومات أسسها يوليوس رويتر عام (١٨٥١) في لندن وتشرف على إدارتها أربع جمعيات للاتحادات الصحفية وهي جمعيتا، مالكي الصحف البريطانية ووكالة الصحافة المتحدة الاسترالية ووكالة الصحافة النيو زيلاندية ووكالة برس اسوشيشن.

وتزود وكالة رويترز بالمواد الصحفية أكثر من (١٢٠) بلدا وتنشر أخبارها بشكل منتظم ولديها (٤١٠٠) مشترك وعدد مكاتبها (١٦٣) مكتب موزعه في العديد من دول العالم فيما يبلغ بثها اليومي (٥) ملايين كلمة.

٤- وكالة الصحافة الفرنسية associated france press

تعد هذه الوكالة امتداد لوكالة هافاس التي تأسست عام ١٨٣٥ واستمرت حتى الحرب العالمية الثانية.. وقد عاودت نشاطها بعد أن تحررت فرنسا من سيطرة ألمانيا عام ١٩٤٤ وكانت مدعومة من قبل الحكومة الفرنسية إلا أنها استقلت كليا عام ١٩٥٧ واخذ يشرف على إدارتها مجلس يمثل الصحف والإذاعة والشعب إضافة إلى ممثل عن الوكالة نفسها.. وتقدم هذه الوكالة خدماتها بخمس لغات هي الفرنسية والألمانية والعربية والاسبانية والانكليزية ولها ١٢,٥٠٠ ألف مشترك و١٨٧ مكتب منتشرة في العديد من دول العالم ويبلغ معدل بثها اليومي (٢) مليوني كلمة.

وتعد وكالات الأنباء الأربع وهي الاسيوشيتد برس واليونايتد برس - الأمريكتان- ورويترز- البريطانية- ووكالة الصحافة الفرنسية مصدرا رئيسيا للأنباء للكثير من وسائل الإعلام في دول العالم وخاصة العالم الثالث بحيث أصبحت هذه الوكالات تحتكر معظم الأنباء الدولية وتهيمن على النشاط الإعلامي لكثير من الدول وهو ما يدلل على أن الحاجة تزداد إلى هذه

الـوكالات العالمية بسبب سعه إمكانياتها وقدراتها وانتشـارها وهـي المصدر الأساسـي وصاحبة الفضل فـي الحصـول على الخبر مـن مصـادره الأصلية أو تقوم بنقل الأخبار عن طريق الوسائل الإعلامية وعلى جهود الوكالات المحلية وصحافتها في كثير من البلدان.

ومـع تطـور تكنولوجيـا الاتصـال التـي أصبحـت أحد سـمات العصـر؛ فإن الوكالات العالمية للأنبـاء لـم تتأثر إطلاقا كما يعتقد بعض المعنيين بان اتسـاع مجالات الإعـلام والاتصـال المختلفة قـد أضعفـت أهميـة وكالات الأنباء بل علـى العكس من ذلـك تعد اليـوم من أكثـر المؤسسـات الإعلامية اسـتفادة من هذا العصر إذ لم يقتصـر بثها على الكلمات فحسـب بل إن هنـاك مئات الصور والرسـوم والبيانـات وكل مـا يسـاعد على الإحاطـة بكل مـا يجري فـي العالم وبجميع الاهتمامات توزعها على الوسائل الإعلامية المشتركة في خدماتها.

وإذا ما أخذنا بالحسبان فإن فكرة تأسيس وكالات الأنباء العالمية قد وضعت على أسـاس تزويد المشـتركين فيها من أفراد وشـركات ورجال الأعمـال بأنباء التجارة والمال وأسعار البضائع وحالة السوق.

إلـى أن تطورت لتشـمل فيما بعـد الأخبـار بأنواعها والتـي كانت فـي بدايتها مشروعات تجارية فحسـب فقد أصبحت الأخبـار الاقتصاديـة والمالية أرضية للمنافسة الدائمة بين الوكالات الأربع.

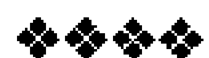
ولكن تنوع الخدمات الإعلامية لهذه الوكالات الأربـع الكبرى والانتقال من سـوق المعلومات العامة إلى سـوق المعلومات المتخصصة الـذي يحقق ربحا وإيرادا أكثر من السوق الأول يتطلب امتـلاك هذه الـوكالات التقنيات الخاصة بنشـر هذه المعلومات ومسـتلزماتها والاسـتفادة من المتخصصيـن بالمجالات التقنية فضلا عن القائمين بالاتصال الذين أصبحوا متخصصين بمجالات تقديم المحتوى.. لذا فإن توظيف مثل هـذه الطاقات الانتاجية التكنولوجية والبشـرية

أصبح يتطلب استثمارا ضخما باتجاهات الانتاج أو البث ودراسة الجدوى في إطار البناء المؤسسي ومن ثم فإن المعلومات التي تبث أصبحت تعمل وفقا لبناء ضخم بآلياته ومن اجل تلافي المنافسة بين هذه الوكالات العالمية والمخاطر المالية والحفاظ على مستوياتها تجاه المنافسة فقد اتبعت خطوات يمكن تلخصيها بالاتي:

أ- احتكار التقنيات الخاصة بنشر المعلومات.

ب- تحقيق النزعة الربحية من خلال توظيف هذه التقنيات لخدمة السوق العالمية في تقديم المعلومات المتخصصة والعامة التي تنتج وتوزع على كل قارات العالم.

ومن هذين المنطلقين تتضاعف شدة المنافسة بين الوكالات الأربع فيقول (فيليب كيفر) في سنة ١٩٨٥ ويفضل ترخيص خاص اتسم بخرقه لكل مظاهر المودة غدت afp وكالة الصحافة الفرنسية أول وكالة تتمكن من استخدام البرق البصري ولم تتمكن منافساتها من الحصول على ترخيص باستخدامه إلا بعد خمس سنوات لاحقا.



وكالات الأنباء المحلية والعالمية: الروابط غير الثابتة

توطئة:

يناقش هـذا الفصل وكالات الأنبـاء العالميـة مثـل Reuters وAssociated Press منذ نشـأتها قبل ١٥٠ عامـا وصولا إلى عـام ٢٠٠٣ وبدايـة التحديات. فرويترز أكثر الـوكالات ثراء تواجـه الآن أزمـات أولها اقتصادية بسـبب الركود الذي ضرب العالم عام ٢٠٠٢_٢٠٠٣ ، وثانيها منافسة وكالات أخرى تعاونية غيـر ربحيـة مثـل AP الأمريكيـة التي تبـدو في وضـع اقتصـادي جيـد. تتجلى اهتمامات وكالات الأنباء في زيادة أرباحهـا وكيفية تقديمها خدمات جديدة بما فيها الإنترنت. وهناك نموذج ثالث من الوكالات تمثله وكالة فرانس بريس وهي وكالة عامة تديرها الدولة وتسيطر على نوعية الأخبار التي تقدمها. أما الوكالات في الدول النامية فغالبيتها ملكية حكومية تعاني من سطوة الدولة من جهة ومن ضغط دولي مطالب باستقلالها اقتصاديا من جهة ثانية.

إلا أن مـا تعانيه جميـع الوكالات هـو تقلبـات السـوق والكثافـة والتكتلات الإعلامية والتكنولوجيا المتمثلة بالإنترنت. لـذا تحولت الوكالات العالمية إلى وكالات تجارية. وفقدت الـوكالات المحلية الحماية أمام تفـوق الدولية. وزاد التكتل الإعلامي من ضغط العمـلاء الكبار الذين يفرضون شـروطهم وقلل من شـان صغار العملاء. صحيح أن الإنترنت يخلق جوا من المنافسة إلا أن يساهم أيضا في تقليل كلفة جمع الأخبار وتوزيعها.

مرت وكالات الأنباء منذ نشـأتها قبل ١٧٠ سـنة بأربعة عهـود منفصلة. أولها تغيير العلاقة بين الـوكالات العالميـة والوطنية، ثانيهـا ظهور اتفاقيـات صارمة لتبـادل الأخبـار وتوزيعهـا. ثالثهـا تفكيـك «الحصريـة» التـي تربط الـوكالات العالمية بالمحلية. وانهيار أكثر الوكالات متانة في عالم الأخبار. في هذا الفصل سنحاول أن نلقي الضوء على أسباب هذا التمزق والانفصال وتأثيراتهما.

بدأت بوادر التمزق بين الـوكالات المحلية والعالمية عندمـا فرضت العولمة على الإعـلام المحلي الـذي يعتبر رمـزا الوطنيـة. والإعلام الذي يصف نفسـه بالمحلـي يتجه الآن نحو الرأسـمال العالمية خصوصا الإعـلام الحكومي الذي خضع للخصخصة أو إعلام القطـاع الخاص. وبفضـل التكنولوجيا تراجع دور الإعلام التقليدي. فلم يعد فاعلا فـي التطوير أو في تقديـم الخدمات أو تحقيق الأهداف، ببسـاطة فقد الكثيـر من جوهـر وجوده، والسـبب أن مالكي وسـائل الإعـلام والجمهور لـم يعودوا مخلصيـن للعمـل الإعلامي أو لفكـرة النموذج المحلي بقدر اهتمامهم بالأسعار والمنافسة.

وكالات الأنباء من النشأة إلى العولمة:

تسـاهم وكالات الأنباء فـي عمليـة العولمة منذ القرن التاسـع عشـر. فمع انتشـار الكهرباء انتشـرت الأخبار في كل أنحاء العالـم. مع أن العلاقة بين الوكالات المحلية والعالمية ساهمت في تطوير المدنية الحديثة لا أن بوادر الانفصال بينها بدأت ميكرا. درجت العادة أن تجمع الـوكالات المحلية الأخبار وتوزعها فـي دولها. لكن القليل من الوكالات المحلية عملت في الخارج ومنها وكالة الأنباء الألمانية والأسبانية.

اسـتخدمت الوكالات العالميـة في القرن التاسـع عشـر نهج الاحتـكار، فكانت تبيع الأخبـار إلى الـوكالات المحلية التي كانت تقـدم أخبارها للـوكالات العالمية دون مقابـل. ولاحقا تمكنـت تلك المحليـة من بيـع أخبارها إلى بعـض الوكالات العالمية. لكن ذلك كان محصورا جدا لان الفصل بين الوكالات العالمية والمحلية كان ما يزال قائما حتى عام ١٩٧٠. وفي القرن التاسـع عشـر اتجهت موازين القوة بين الوكالات العالمية والمحليـة لصالح العالمية. وعليه انهـارت بعض الوكالات المحلية وبقاء الأخريات كان محل شـك. شـهدت الفترة ما بعد عام ١٩٩٠ وحتى بداية القرن الواحد والعشرون تغيرات في نظام الأخبار العالمي ليصبح أقل انتظاما وتوقعا. ودخلت الوكالات العالمية في أزمة مع ذاتها ومع وكلائها.

لـم تكن عملية البيع بالجملة أو بالتجزئة مسـالة ذات أهمية حتى ظهرت شـركة

(CNN) التي راحت تجمع الأخبار من الوكلاء وتبيعها لهم عبر الساتلايت أو الأقمار الصناعية، والآن عبر الإنترنت. لم تتنبه النقابات الصحفية لهذا التهديد في البداية، كما أنها لم تفد من تكنولوجيا الإنترنت الذي صار يشكل تهديدا لقيمة الأخبار وطريق تقديمها. فصارت تصل إلى الناس من دون الحاجة إلى لوسائل الإعلام التقليدية. صحيح أن الإنترنت فتح أسواقا جديدة للوكالات ولكنه أيضا فتح بابا قويا للمنافسة، فراحت الوكالات ومواقع الأخبار الإلكترونية تقوم بجمع الأخبار وبيعها على نطاق واسع لتفي بمتطلبات الجمهور أينما كان.

قليلة هي الوكالات التي يمكن وصفها على بالعالمية. فحتى منتصف التسعينات كانت الوكالات الخمس الأولى هي «فرانس بريس» و«اسوشيتيد بريس» و«رويترز» و«تاس» و«اتحاد الصحافة العالمي» ولكن لم يبقى سوى رويترز واسوشيتيد بريس ويمكن القول أيضا فرانس بريس أما الأخريين فقد تراجعتا بقوة. سنرى فيما يلي كيف اثر الجدل بين نظام الاحتكار واتحاد سوق الوكالات من جهة وبين منافسة الدولة ومؤسسات الإعلام من جهة أخرى على استقرار الأنباء العالمية كما سنرى كيف أثرت العولمة على جودة الإعلام المحلي وقوته وذلك على أربعة مراحل.

تفكيك وتركيب نظام الأخبار العالمي

ظهرت أول وكالة أنباء في العالم عام ١٨٣٥ وكانت «هافاس» الفرنسية. تلتها اسوشيتيد بريس الأمريكية عام ١٨٤٨، ثم «وولف» الألمانية عام ١٨٤٩، ثم «توارا» الاسترالية عام ١٨٥٠و رويترز البريطانية عام ١٨١٥ . وقد رافق إنشاء هذه الوكالات العالمية وكالات محلية في كل دول أوروبا. وكانت عملية إنشاء الوكالات في الدول الأخرى بطيئة جدا. لكن العلاقة بين الوكالات العالمية والوكالات المحلية مرت بأربعة حقب زمنية وهي:

١- فترة هيمنة الاحتكار الأوروبي للأخبار ١٨٧٠-١٩١٧

٢- فترة حل الاحتكار الأوروبي للأخبار ١٩١٨-١٩٣٤

٣- فترة هيمنة الوكالات الخمس الكبرى ١٩٤٠- ١٩٨٠

٤- فترة حل الوكالات الخمس الكبرى ١٩٨٠- s

هيمنة اتحاد الإعلام الأوروبي:

شهدت الفترة الأولى ولادة الوكالات الخمس الكبرى. وكانت الفرنسية فرانس بريس والألمانية وولف والبريطانية رويترز على رأسها، وما لبثت هذه الوكالات أن اقتسمت السوق العالمي من خلال اتفاقيات احتكارية. لحقت بنظام الاحتكار هذا وكالة الأنباء الأمريكية اسوشيتيد بريس عام ١٩٢٧ والتي سبق وإن احتكرت الأنباء في أميركا الشمالية قبل ذلك. قدمت هذه الوكالات خدماتها للسوق المحلي الغني بالصحف والمجلات، ثم امتد نشاطها للسوق العالمي وهذا ما يفسر نجاحها، ساعدها عليه النشاط التجاري والاستعماري في تلك الفترة، مما الذي عمق الفجوة بين الوكالات المحلية بطيئة التطور والمحصورة محليا وبين تلك العالمية. وهو نفسه السبب الذي يفسر انتشار ونجاح رويترز على الوكالات الفرنسية والألمانية لكبر مساحة الإمبراطورية البريطانية واتساع نشاطها التجاري.

ترتبط الوكالات المحلية بالوكالات العالمية في علاقة حصرية، فالأولى تقدم الأخبار للثانية مجانا وتشتري منها الأخبار بمقابل. وكانت الوكالة المحلية تتلقى الأخبار عبر وكلائها أو عبر التلجراف الذي جعل من السرعة عاملا أساسيا في نشر الأخبار. وأصبحت « الحصرية » عاملا مهما في تكوين الاحتكار فلم يكن يسمح بالتعامل مع وكالة عالمية أخرى. وكان الإعلام المحلي يعتمد إما على المنظمات التعاونية أو على المساعدات الحكومية. وكانت الشراكة مع الوكالة العالمية تعني الشهرة والنجاح للمحلية. حتى كانت الوكالة العالمية هي التي تحدد الوكالة المحلية التي تعمل معها في القرن التاسع عشر والعشرين.

رافق نشـؤ الوكالات العالميـة نشـوء وكالات أوروبية وطنية ناجحـة ترمز إلى الصحـوة الوطنيـة. إلا أن بعـض الـوكالات العالمية اسـتطاعت شـراء وكالات محلية مثل «فابرا» الاسـبانية التي اشترتها «هافاس» الفرنسـية. في البداية حملت الوكالات اسم مؤسسها لكن سرعان ما أصبحت تحمل اسما وطنيا للتأكيد على هويتهـا كالوكالة اليابانيـة ١٨٨٦ والأرجنتينية ١٩٠٠ والكنديـة ١٩٠٣ وجميعها نشـأت كأعضاء ضمن احتكار رويترز وولـف وهافاس. لكن كيـف كانت هذه الحقبة فترة تغيير وأزمات؟ لقد شعرت الوكالات الصغيرة بوطأة تحكم واحتكار الوكالات الكبيرة حتى حاول البعض التنصل من هذا النظام. كما جعل الاحتكار من الصعـب على الـوكالات الناشـئة العمل فـي السـوق. وقد حاولـت «منظمة اتحاد الصحافـة» الأمريكية أن تحقق النجـاح بخلق روابط مع وكالات هامشـية في الدول التي تحتكرها الوكالات الكبرى. ونجاحها هذا جعل اسوشـيتيد برس تصبح أكثر عدوانية في السـوق العالمي. مما دفـع الوكالات الجديـدة الصغيرة والكبيرة إلى التقرب من الحكومة لضمان الربح والنجاح.

حل احتكار الإعلام الأوروبي ١٩١٨- ١٩٣٤

بدأت الفترة الثانية عـام ١٩١٨ عندما شـرعت الوكالات الأمريكية بالتوسـع في أمريكا الشـمالية. وبفضل الحرب العالمية الأولى خسـرت وولف الألمانية مكانتهـا فـي منظومـة الاحتكار ونشـطت الـوكالات المحليـة نسـبيا تحت ظل الوكالات العالمية. وانتهت الحقبة بانهيار منظومة الاحتكار غالبا بسـبب نجاح الوكالات الأمريكية واليابانية والسـوفياتية. وبهذا أصبحـت الوكالات الصغيرة حرة في التعاقد مع أي وكالة تريد وفتح باب المنافسة.

أن الإعلام في أزمـة حقيقية والبقاء بحـد ذاته يعد تحديا، مع نشـوب الحرب العالميـة وظهـور التكنولوجيا اللاسـلكية وانهيار السـيطرة العالمية على سـوق الأخبار والتقلبات المالية التي عانت الهافاس ورويترز، ففي ظل هذه التغييرات هل بإمكان هذه الوكالات العمل بمعزل عن الدعم الحكومي؟.

هيمنة الوكالات الخمس الكبرى١٩٤٠-١٩٨٠:

شـرعت الـوكالات الأمريكية بالتوسـع خـلال الحـرب العالمية الثانيـة بادئة بذلك حقبـة جديـدة وبطيئـة مالبثـت أن تسـارعت بانفتـاح الفرص فـي الدول الأوربية التـي خرجت مـن الحرب مدمـرة. ظهرت وكالـة أنباء فرنسـية جديدة تدعى «وكالة أنباء فرنسـا» وهي وكالـة تعاونية تديرها لجنـة الإعلام والحكومة والإذاعة المحليـة، والاهم أن زبائنهـا كانوا مـن الأثرياء والمتنفذين في فرنسـا وخارجها. وسـرعان ما أصبحت هذه الوكالة الأبرز في العالم. أما وكالة الأنباء السـوفياتية فقد نشـطت في دول أوروبا الشرقية الشـيوعية. كما ظهرت في آسيا وإفريقيـا والشـرق الأوسـط وكالات أنبـاء محلية عقب الاسـتقلال مـن الدول الاستعمارية. مع بداية السـبعينات كانت أكثر من مائة دولة لها وكالتها الخاصة. ومـع التحـرر زال التوتـر بيـن الـدول المتقدمـة والناميـة، وبمـا أن الاسـتقلال السياسـي لا يعني اسـتقلالا اقتصاديا كان على الـدول الناميـة أن تتلقى الأخبار من الـدول المتقدمة وانطـلاق نظـام إعلامي جديد محكـوم من قبـل الولايات المتحدة وأوروبـا وهو ما عـرف لاحقا باسـم «امبرياليـة الإعلام» وفـي أمريكا عرف باسـم «سـيطرة الأقلية». وهي المرحلة التي قادت فيهـا رويترز الإعلامي ماليا واقتصاديا، وتحولت من كونها محبوبة إلى مؤسسـة ثرية فاسـدة وعدوانية تلعب دورا بارزا في تحريك الاقتصاد العالمي.

حل الوكالات الخمس الكبرى:

بدأت المرحلة الرابعـة -التي تمتد حتى يومنـا هذا- مع بدايـة الثمانينات أي مع انهيار الإتحـاد السـوفياتي ووكالة تـاس التي تحولـت إلى الوكالة الروسـية (وليسـت العالميـة). بانهيار الإتحاد السـوفياتي انهـارت العديد مـن الوكالات الناجحـة فـي أوروبا الشـرقية والتـي كان عليهـا أن تناضـل من اجـل الحصول على الأرباح والدعـم الحكومي. مع أن ثلاثة منها مازالـت قائمة لكنها واجهت

منافسة شديد بسبب إعادة الهيكلة وانعدام الدعم الحكومي، وأضاف الإنترنت تهديدا جديدا لمنافسته من حيث التكلفة. ما زال البعض يؤمن بان الوكالات هي المصدر الرئيس للمعلومات ويمكنها الوصول إلى مساحة اكبر من القراء.

الوكالات الثلاث الكبرى:

أن رويترز واسوشيتيد بريس والوكالة الفرنسية التي ترتبط بهافاس والتي تعود جذورها إلى القرن التاسع عشر هي أهم ثلاث وكالات اليوم. لا شك أن رويترز كانت الوكالة الإعلامية الأولى في الألفية الماضية بمقاييس الحجم والثراء وحجم العملاء والأرباح..الخ. والسبب الأول والاهم أنها ومنذ بدايتها كانت شركة عالمية وليست محلية بسيطة. في النصف الثاني من القرن العشرين أخرجت نفسها من هويتها البريطانية، فانحدر موظفوها من ١٦٠ دولة مع أن البريطانيين والأميريكيين احتفظوا بالوظائف الإدارية العليا فيها. حتى أن المتنفذين من رويترز ينظرون إلى اسوشيتيد بريس ووكالة الأنباء الأمريكية على أنهما غير عالميتين بالنظر إلى تركيز نشاطهم على السوق المحلي. وقد فاقت أرباح رويترز خمسة أضعاف الوكالتين السابقتين من السوق العالمي والقليل من السوق المحلي.

ثانيا أن رويترز حصنت نفسها ماليا باستقلالها عن وسائل الإعلام. فإن غالبية أرباحها تأتي من الأخبار المالية. ففي عام ١٩٩٧ بلغت أرباح رويترز حوالي ١,٨٥٢ مليون جنيه إسترليني وهو أكثر من الدخل القومي البريطاني من الإعلام والمنتجات الحرفية والمنتجات المتداولة. ويتأتى هذا النجاح من تجاهل السوق المحلية والتوجه عالميا وبيع المعلومات لغير الإعلاميين إضافة إلى الاستقلالية في جمع الأخبار العامة والمالية وتحفظها إزاء التوسع الإعلامي كإنشاء محطة تلفزيونية فالمنافسة في هذا المجال لا تعنيها بالدرجة الأولى حتى تقدمت عليها اسوشيتيد بريس في مجال الأخبار. وخلال الركود الاقتصادي عام ٢٠٠١-٢٠٠٣ قامت رويترز بتقليص عدد موظفيها خوفا على وضعها المالي مع ازدهار الشركات المنافسة، على العكس واجهت اسوشيتيد بريسAP صعوبات مالية

حتى جاوزت خسائرها مليون دولار ٢٦ عام ١٩٩٥. ويعزو البعض هذه الخسائر إلى المنافسة الشديدة من رويترز ووكالة الأنباء الفرنسية من جهة والصحف الهامة مثل النيويورك تايمز ولوس انجلوس تايمز من جهة ثانية.

العضو الثالث في هذا الإتحاد هي وكالة الصحافة الفرنسية AFP. بالرغم من اعتمادها بالدرجة الأولى على الوكالات المحلية إلا أن عوائدها انخفضت بشكل مخيف عام ١٩٧٠. وهي وكالة الأنباء الوحيدة الغير «انجلو أمريكية» التي حظيت بالتغطية الإعلامية لآسيا وأمريكا اللاتينية وإفريقيا. وبهذا تكون الوكالات الثلاث الأولى في العالم قد كافحت من اجل البقاء كل على طريقتها. فرويترز عملت على الأخبار المالية وزبائن من غير الإعلاميين. وAP فقد ركزت نشاطها على السوق المحلي -ربما بفضل تراجع وكالة الأنباء الأمريكية UPI-. أما AFP فقد نجحت بفضل الدعم الحكومي وربما هذا ما سمح لها بتوسيع نشاطها في الخارج.

وكالات الأنباء الوطنية:

تشارك الوكالات المحلية العالمية بمواجهتها لنفس الصعوبات المالية وسحب الدعم الحكومي والإتحادات الصحفية لها، كالوكالات الاسكندنافية والسويدية خصوصا ووكالات العالم الثالث ووسط وشرق أوروبا في تسعينات القرن الماضي. كما بلغت السيطرة الحكومية على الإعلام في دول أوروبا الشرقية مداها حتى أن بعض البرلمانات سعت لإنشاء وكالات خاصة بها في بولندا والمجر. وأجبرت الوكالات على تقليص عدد موظفيها بسبب الأزمة ، إضافة إلى منافسة الوكالات الأجنبية في الداخل. بل أن الوكالات الكبرى احتكرت السوق واقتسمت الوكالات المحلية. وبالنتيجة اقتصرت خدمتها على الإعلام الداخلي بحيث يمكنها جمع المعلومات من العاصمة.

تتقاسم الوكالات المحلية بعض المشكلات كعدم القدرة على العمل لصعوبات

مالية. أو لتقلص الدعم الحكومي وإلغاء القيود التنظيمية والاتجار بالعمل الإعلامي. فقد تنقطع وسائل الاتصال كالهاتف والفاكس والتلكس، وقد تغلق الوكالات لعد قدرتها على دفع رواتب موظفيها كما حدث في تنزانيا ١٩٩٩. وهو الحال في كثير من الدول الأفريقية، ، وعليه فإن اجتماعا لليونسكو عقد في ٢٠٠١ أوصى بتحسين ودعم الوكالات المحلية والفصل بين العمل الإعلامي والسياسة.

الخاتمة:

يوضح تاريخ الوكالات المحلية والعالمية أن جمع الأخبار وتوزيعها محكوم بقواعد مؤسسية وبالتحالف بين الحكومة والعملاء. تركز الوكالات العالمية على العمل مع الكبار. بينما تقوم بعض المؤسسات الإعلامية بالعمل بمبدأ التجزئة مثل Wall Street Journal، BBC، CNN. وهو السائد في الإعلام الغربي. صحيح أن الوكالات الكبرى أقل من حيث العدد لكنها تعمل في مجالات المعرفة والشؤون الإنسانية. يفيد الإنترنت عامة الناس في الحصول على المعلومات ماعدا الصحفي المختص. ولا نبالغ إذا قلنا أن عوائد أرباح الوكالات العالمية مهولة إلا أنها مقزمة مقارنة بأنواع أخرى من الصناعة الإعلامية مثل الكبلات والأفلام الاتصالات.

نعلم أن وكالات الأنباء تواجه تحديات تختلف بحسب الدولة والنظام السياسي. فالدول النامية تواجه ضغوطا من صندوق النقد الدولي تمنعها من الارتباط بأعمال تجارية. في حين يتجه الوكلاء في أوروبا إلى الوكالات العالمية وليس المحلية بسبب تنامي سياسة التأقلم التي اقرها الإتحاد الأوروبي. كما خفضت مصادر التمويل من المنظمات غير الحكومية، وإنشاء شبكات جمع معلومات مستقلة، ومنافسة الوكالات العالمية للمحلية في ديارها وأسواقها بالحصول على المعلومات من الإنترنت بدلا من الوكيل المحلي كل ذلك يلمح إلى الاتجاه العام نحو الإعلام العالمي وهو ما قلل من شأن الوكالات المحلية أو الوطنية.

عوائق تطوير الإعلام

عندما استولت طالبان «الأصولية» على السلطة في أفغانستان عام ١٩٩٦ قامت بالتخلص من كل ما اعتبرته خرقا ومفسدة للدولة الإسلامية النقية مثل أجهزة التلفزيون والساتلايت والأفلام والموسيقى..الخ حتى أصبحت أفغانستان أكثر دولة متحفظة إعلاميا في العالم. فقد أغلقت الصحف ومنعت التصوير لأي كائن حي واعتقل المراسلون لتصويرهم النساء أو حتى لتصويرهم لعبة كرة قدم. فرض النقاب على النساء واللحى على الرجال والإذاعة الوحيدة الذي سمح لها بالعمل كانت إذاعة طالبان ومنع الصحافيون الأجانب من دخول البلاد.

وقد عكست هذه التحفظات الثورة في المجتمع الأفغاني وعندما بدأت الحرب على طالبان ومحاولة اغتيال زعيمها أسامة بن لادن س ٢٠٠١ استهدف الصحفيون حتى قتل في ذلك العام ثمانية منهم. ومع انتهاء الحرب وهزيمة طالبان قامت محاولات لإعادة بناء البلاد التي عانت ربع قرن من الحروب والأمية والفقر. وما لبث أن الإعلام انتعش عام ٢٠٠٢ فقد عاودت «كابل الأسبوعية» النشر لأول مرة منذ أغلقتها طالبان عام ١٩٩٦. و فتحت الجامعات وعادت الإذاعة تبث من جديد وعاد الساتلايت وانتشرت المجلات في الشوارع حتى وصدرت أول مجلة نسائية «ملالي» عام ٢٠٠٢ وبدأت افتتاحيتها بعنوان «السنوات الخمس الماضية من العتمة والخوف والاستبداد».

يواجه تنشيط الإعلام في أفغانستان عقبات جمة منها الفقر والأمية وتعدد اللغات والثقافات والطوائف والنقل والكلفة الاقتصادية والتكنولوجيا والتدخل الحكومي. يرى بعض العلماء الأمريكيين أن العلاقة بين الإعلام والمجتمع علاقة متبادلة. فالدولة تخلق النظام الإعلامي والإعلام بالمقابل يعدل

سلوكيات المجتمع. ويحدد العلماء ستة عوامل تساعد على تطوير الإعلام الوطني وهي:

١- الخصائص الجغرافية أو الطبيعية

٢- الكفاءة التكنولوجية

٣- المزايا الثقافية

٤- الأحوال الاقتصادية

٥- الآراء السياسية

٦- جودة الإعلام

وعلينا ابتداء أن نحدد المقصود "بالإعلام" و"التطوير" و"العقبات". يعرف الإعلام على أنه وسائل تكنولوجية للاتصال وإيصال واستقبال الرسائل"المعلومات"وهي منظمات لجمع ومعالجة ونقل الأخبار للجمهور الواسع. وتدخل وكالات الأنباء والصحف والمجلات ومحطات الإرسال وشبكات الساتلايت جميعها ضمن إطار كلمة إعلام. كما تمتد الكلمة لتشمل الكتب ولوحات الإعلانات والكمبيوترات. وتكمن وظيفة الإعلام في استقصاء ونشر الرأي العام وتحويله إلى أفعال.

أما التطوير فيعرف على أنه زيادة وتحسين جودة وسائل الاتصال، والتطوير الإعلامي، وتنوع وجودة نوعية الأخبار والإعلام لتفي باحتياجات المتلقي وإشراكه في عملية تبادل الرسائل. باختصار فإن تطوير الإعلام يسهل تدفق المعلومات بين الأفراد والمؤسسات في المجتمع.

العوائق المادية:

تعد طبيعة الأرض الطوبوغرافية من العوائق الهامة أمام تقدم الإعلام فهناك مناطق يصعب فيها مد خطوط الهاتف أو ايصال موجات البث التلفزيوني.

فالبيرو مثلا لا تصل خدمات الصحف والتلفزيون سوى ل٦٠٪ من سكانها. أما في جبال الانديز فإن الراديو هو الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي يمكن أن تعمل هناك. كما أن المسافات واختلاف الوقت من العوائق الحقيقة نظرا لاتساع المساحة، فالمساء في موسكو يعني ما بعد منتصف الليل في شرقي سيبيريا. كما يشكل المحيط عائقا أمام تسهيل الاتصالات بين ١٣,٧٠٠ جزيرة في اندونيسيا. ومن العوائق الأخرى أيضا انعدام البنى التحتية كالطرق التي تمنع وصول الإعلام المطبوع ونقص المعدات اللازمة للبث، فإذا أردت أن تصل من نواكشوط العاصمة الموريتانية إلى الشمال فعليك أن تسير مسافة ١٠٠ ميل بمحاذاة الشاطئ-إذا كان المد منخفضا- ثم ٢٠٠ ميل في الصحراء بسيارة دفع رباعي أو شاحنة. حتى الأفلام المصورة تفسد في المناطق الاستوائية أسرع من المناطق المعتدلة.

فعلى صانعي وموزعي الأفلام أن يأخذوا هذا الأمر في الحسبان. ولا تستطيع الدولة في المناطق الصحراوية -كما في الصحراء الأفريقية- أن تزرع الورق اللازم للصحافة وعليها أن تستورده وهذا بحد ذاته عائقا كبيرا أمام الإعلام.

العوائق الثقافية:

لكل مجتمع عاداته وأعرافه ومحرماته، فالمحتوى الجنسي الذي يقدم في اميستردام يثير غضب الناس في طوكيو، وحرية انتقاد الدين مقبولة في أمريكا ومحرمة في إيران. وقد تكون العوائق الثقافية أكثرها صعوبة لان التغلب عليها يتطلب تغييرا في الدين والتعليم الثقافة والمجتمع. تشكل الأمية العقبة الرئيسة أمام التطوير الإعلامي في الهند، ذلك أن نصف السكان لا يعرفون القراءة والكتابة، والأمر أسوأ بالنسبة لامية البالغين في هاييتي ومصر والعراق بحسب إحصائية اليونسكو لعام ٢٠٠٠. وإن ٥٠٪ من الرجال و٧٨٪ من النساء في أفغانستان أميون، وكذلك وثلثي النساء في بنجلادش. أن عدم معرفة القراءة والكتابة يحرم الإنسان من التواصل مع الآخرين في معظم الأحيان. وقلة

المعرفة تؤثر سلبا على المعتقدات. على العكس فإن الإنسان المتعلم يسعى إلى تطوير المحتوى بل ويجبر الإعلام على تحسين أداءه فالتطوير مرتبط بالتعليم بالضرورة.

أن تعدد اللغات في البلد الواحد لا يقل أهمية. فهو يعقد عملية التواصل وتقديم الخدمات المعلوماتية. خذ أفريقيا على سبيل المثال فمن الصعب على الصحف أن تلبي احتياجات المواطنين جميعا في دول تتكلم ثلاث إلى أربعة لغات وتطبع باللغات المختلفة الأمر الذي يتطلب ميزانية مرتفعة ودعما حكوميا ثابتا. وكذلك الحال بالنسبة لأنواع الإعلام الأخرى. لكن سنغافورة مثال مشرق لتعدد اللغات. فالبلد التي أنشأت عام ١٩٦٠ والواقعة بين ماليزيا واندونيسيا تنتشر فيها أربعة لغات محلية(المالية والصينية والماندرين والتاميل) إضافة إلى اللغة الانجليزية. لكن الحكومة كانت متبصرة بما يكفي لتجعل الانجليزية اللغة الرسمية في البلاد الأمر الذي أدى إلى ازدهار التجارة والتكنولوجيا فيها حتى صارت من أغنى الدول إضافة إلى كونها مركزا عالميا، فيتعامل السنغافوريون مع الغرب بالانجليزية بطلاقة ومع الصينيين والمشرق بالصينية بطلاقة أيضا. لكن الوضع في الصين أكثر تعقيدا. ففي سعيها لنشر اللغة الانجليزية يقف تعداد السكان الهائل عائقا أمام تحقيق ذلك، فالصينيون يكتبون لغة واحدة لكن يتكلمون لغتان محكيتان واحدة في الشمال وأخرى في الجنوب إضافة إلى ٢٣ لهجة مستخدمة في القرى.

هناك عقبة أخرى في وجه تطوير الإعلام على درجة من الأهمية وهي تحكم فئة من الناس بتوجيه الرأي العام قد يكون هذه الفئة من كبار السن أو الأثرياء كما هو الحال في أفريقيا والعالم الإسلامي مما يضعف تأثير الإعلام في التغيير. كما يقلل المعتقد الديني من الاعتماد على الإعلام ويقتل الرغبة في تحسينه. فالمجموعات الدينية في أمريكا مثل "الامش" و"المحافظون الجدد " يرفضون التواصل مع الإعلام بدعوى أنه يفسد الأخلاق. أن الخوف من

المحتوى الإعلامي السلبي هو مصدر قلق الكثيرين بغض النظر عن الدين أو الحدود الثقافية. فماليزيا تحاول الحد من البرامج الغربية لخوفها من تعرضها أو خرقها للأصالة المجتمع. فالبرامج الترفيهية الغربية قد تروج للعنف أو الانحلال الخلقي أو الكحول أو التدخين، وكلها تعتبر لعنة على العادات الثقافية للدول غير الغربية. والمسألة ليست الشرق في مواجهة الغرب بل أن دول غرب أوروبا ترفض أن تكون موطنا للإعلام الأمريكي وتعقد العزم بجدية على تطوير إعلامها.

العوائق الاقتصادية:

لا يمكن لنظام إعلامي متطور أن يعمل في البلاد الفقيرة فالمال مهم أيضا. فلا تستطيع دولة كالهند تعاني الهند من مشكلات في إيصال خدمة الهاتف ومهددة بخطر المجاعة أن تطور إعلامها من دون الدعم الحكومي. لكن الدول الأكثر سعيا لتطوير الإعلام هي الدول الغنية ذات النظام المالي الثابت والقوى. فالتطوير مرتبط بالاستقرار الاقتصادي والسياسي.

وفي أفريقيا ينتشر الايدز ويفتك بالقوى العاملة فيها. ففي بتسوانا وحدها يعاني ٣٦٪ من الشباب من الايدز إضافة إلى أن نصف السكان يقعون تحت خط الفقر، من الصعب التفكير بأي تطوير في ظل وجود كارثة كهذه. يلعب الفقر وسوء توزيع الموارد في العالم دورا أسياسيا في مواجهة التطوير الإعلام سواء أكان خاصا أم حكوميا فالأمر أولا وأخيرا يحتاج إلى المال لتلوين الإعلام أو تحسين البث أو حتى إنشاء مقهى انترنت. وبما أن كلفة الإعلام والاتصالات عالية فالدول الغنية وحدها القادرة على إنشاء نظام قمر صناعي خاص بها وهو النظام الذي يسهل عمل شبكات البث المحلية والصحف والهاتف والفاكس.

تسعى معظم دول العالم للحصول على خدمة القمر الصناعي باستئجار اللواقط والمشاركة في التردد عبر الأقمار الصناعية العاملة. لكن ذلك يتطلب

قدرة مادية. تستطيع الدول الغنية مساعدة الفقيرة في خدمة الأقمار الصناعية، والولايات المتحدة مثال جيد باعتبارها دولة رائدة في برنامج الفضاء والاقتصاد المعلوماتي. فإن كلفة البنى التحتية في دول العالم الثالث تشكل تحديا كبيرا. يضعف التطوير في مناطق مختلفة من العالم مع تزايد البرامج المستوردة والمتوفرة بكثرة وهو " العامل التنافسي الرئيسي" في الأخبار والرياضة.

من العوائق الجديدة التي ظهرت في الغرب رغبة المؤسسات متعددة الجنسيات في ملكية الإعلام ما يهدد الحرية الإعلامية وإمكانية الوصول إلى قنوات الاتصال. وقد وصل تأثير الرأسمالية الإعلامية إلى أوروبا الشرقية -الشيوعية سابقا- مما مكن بارونات الإعلام من خارج البلاد من السيطرة عليه. ذلك أن شراء أو إقامة محطة تلفزيونية أو إذاعية عالية الكلفة ولا يستطيع الأفراد في الدول الفقيرة الحصول على وسائل الاتصال أو حتى الإعلام المطبوع. وبسبب الركود الاقتصادي الذي ضرب العالم بدأت دول مثل الأرجنتين وتشيلي بتوزيع الصحف مجانا، وفي محاولتها للتعافي زادت نسبة الإعلانات لتحسين أرباحها. في المحصلة فإن ندرة أو قلة وجود المواد اللازمة للإعلام تشكل عقبة في وجه تطويره فبعض الدول لا تمتلك القدرة على الطباعة الملونة لصحفها ولا المعدات والتقنيات اللازمة للأقمار الصناعية وأحيانا عدم توفر الكهرباء والوقود اللازم للنقل.

العوائق الحكومية:

بحسب بيت الحرية -المنظمة غير الربحية ومقرها نيويورك- فإن ٢١٪ من دول العالم تعيش حرية صحفية كلية من بينها الولايات المتحدة وجنوب أفريقيا وإسرائيل والنرويج وتايلاند. وإن ٤٣٪ من الدول تمارس نوعا من المراقبة على الإعلام من بينها الأردن والبرازيل واندونيسيا وروسيا وأوغندا، في حين أن ٣٦٪ من الدول تمارس سيطرة كاملة على الإعلام من بينها العراق والصين وكوبا مصر وكمبوديا. إذا كان القرن العشرين الذي شهد حربان عالميتان

وما يسمى بالهولوكوست قد سمي بقرن الحرية فإن القرن الواحد والعشرون سيكون بالتأكيد أكثر حرية. فالأمريكتين وغربي أوروبا ومنطقة المحيط الهادئ يمارسون حرية صحافية مطلقة، وتعيش بعض المناطق مرحلة تحول نحو الحرية مثل آسيا وأوروبا الشرقية، أما الشرق الأوسط وإفريقيا فلا يزالان يقبعان خلف سيطرة حكومية على الإعلام وعقبات الأخرى.

يخدم الإعلام السلطة من حيث المبدأ وقد يتطلب الأمر قمع وسائل الاتصال لحماية النظام السياسي خشية من تأثيره على الرأي العام فتسيطر الأنظمة على الإعلام. ينظر للإعلام في الصين على أنه "عين وأذن" الحزب الشيوعي منذ نشأته ١٩٤٩.و تسيطر الحكومات في أفريقيا والشرق الأوسط وشرقي أوروبا على التدفق المعلوماتي الإعلامي عبر التلفزيون والراديو.

أما الإعلام الخاص فانه مقيد ومراقب من الحكومات التي تفرض على المؤسسات الإعلامية التراخيص والقوانين المهينة ، وإن أو أي خطر من وجهة نظر الحكومة وقد يؤدي إلى حبس أو قتل الصحافيين. وقد يقتلون على يد مهربي المخدرات والفدائيون. وهذا من أهم العوائق أمام تطوير الصحافة.

ومن الأمثلة على بعض التهديدات التي تواجه الصحافيين في العالم:

- **التخويف:** تتخذ العديد من الحكومات الأفريقية في ليبيريا وملاوي وكوت دي لافوري مثلا موقفا عدائيا من الصحافة فتستخدم الجيش والشرطة لمضايقة وتخويف الصحافيين.
- **الملاحقة الضريبة:** ألقى الرئيس الكوري اللوم على الصحافة لقلة شعبيته فقام بتحريض الضرائب لإجراء تحقيقات للمواقع إعلامية.
- **التشهير:** تستخدم الحكومات في أمريكا اللاتينية ما يعرف بقوانين التشهير لعقاب الإعلام الناقد، ففي كوبا سجن أحد الصحافيين لمدة ست سنوات بتهمة إهانة الرئيس فيديل كاسترو وفي زامبيا أتهم أربعة صحافيين وطالب

بالتشهير لإعلانهم أن الرئيس مصاب بمرض باركنسون.

- **الترخيص:** حصلت أول صحيفة خاصة في سوريا على الترخيص بعد أربعين عاما مع التشدد في منح التراخيص وفي زمبابوي أعلنت الدولة عن سماحها بترخيص محطة إذاعية وطنية واحدة وتلفزيون وطني واحد.
- **الرقابة:** أغلق مالا يقل عن ٤٣ صحيفة ومجلة في إيران بعد الخطاب الذي ألقاه آية الله خميني متهما تلك الصحف "بالتقليل من شان الإسلام ومبادئ الثورة"
- **الإيقاف:** أوقفت الحكومة الموريتانية صحيفة باللغة العربية لمقال نشرته ينتقد الإسلام السياسي. كما أوقفت قوات الأمن النيجيرية صحفا كانت قد قالت أن العنف ناجم عن تبني النظام الإسلامي في بعض الدول.
- **القيود المفروضة على التنقل:** منعت كل من تايلاند وميتامار صحافيين أجانب من دخول البلاد ذلك لمنع التقارير الناقدة. كما منعت الولايات المتحدة مراسل الجزيرة من تغطية خطاب لجورج بوش وقالت BBC أن الجزيرة لها صلة بأفغانستان.
- **السجن:** سجن أكثر من ٢٠٠ إعلامي في أثيوبيا احدهم رئيس تحرير صحيفة بتهمة التشهير برئيس الدولة.
- **التهديد بالقتل:** في يوغوسلافيا ألقيت قنبلة يدوية على مقر محطة إذاعية لكنها لم تنفجر. وفي المكسيك قطعت الكهرباء والماء عن بيت محرر صحفي وحوصر لان الحكومة اتهمته بالإنحياز لأحد المرشحين ولما زادت التهديدات هرب إلى الولايات المتحدة.
- **قلة الحماية:** في اندونيسيا فإن أقل من خمسة بالمائة من تهم العنف ضد الصحافيين تصل إلى المحكمة والبقية تفلت من العقاب مما يشجع على العنف ضدهم.

- **القتل:** قتل صحفي بالرصاص في كولومبيا لزعمه أن الحكومة أساءت استخدام المال العام. ودفع مقتله المؤسسات الإعلامية إلى تعليق عملها خوفا من العمليات الانتقامية.

إضافة إلى ما سبق تشكل الحواجز القانونية عائقا أيضا في وجه الإعلام. فمن أساسيات الإعلام الحر حق الحصول على الوثائق والمعلومات الحكومية. والدول التي تمنح هذا الحق تعتبر حرة صحافيا وشعبيا. أن أول بند في الدستور الأمريكي يضمن للصحافة حرية التعبير والاطلاع على المعلومات تحت وصاية الحكومة الفدرالية بما يسمى بحق "حرية التصرف في المعلومات"، إضافة إلى حق الاطلاع على الاجتماعات والتقارير المسمى "شروق الشمس" -لان الحكومة تريد العمل في ضوء النهار-. سهلت قوانين شروق الشمس هذه عملية جمع المعلومات وهو ما يعاني منه الصحافيون في أماكن أخرى كثيرة لرفض الحكومة التحدث إليهم في السياسة العامة. ومع ذلك هناك بارقة أمل فقد منعت منجوليا الحكومة من السيطرة على قنوات البث، كما عدلت رومانيا قوانينها المتعلقة بالتشهير. وتحاول تشيلي أن تلغيها. وبعد أسابيع قليلة على نشر الصين "للمحرمات السبع" التي لا يجب خرقها من الصحافة قامت ال""peoples daily بنشر افتتاحيتها التي تحض المواطن على استخدام "حق المعرفة " وحق الحصول على نظام إعلامي حر وصادق. برغم كل العقبات فإن الطريق إلى الحرية مفتوحا لكنه يسير ببطئ.

العوائق الإعلامية:

تعاني غرف الأخبار من بعض العيوب أيضا كنقص المراسلين والمحررين المدربين وانعدام الموضوعية والطمع وفقدان المصداقية والمراقبة الذاتية. تعد قلة الصحافيين المدربين من أهم عوائق التطوير في كل الدول فالتعليم الصحافي المسبق غير موجود في الدول النامية والمتطورة على السواء. ويحتاج الصحفيون في الدول الشيوعية السابقة إلى للتدريب على العمل مع الأنظمة

الإعلامية الجديدة. كما من الصعب احتراف مهنـة الصحافة في بعض المناطق. فالفلسـطينيون الذين يعيشـون تحت الاحتلال الإسـرائيلي ممنوعون من إنشـاء محطات إعلامية خاصة بهم حتى توصـل الطرفان إلى اتفاق عام ١٩٩٣ وفتحت منظمة التحرير الباب أمام العمل الإعلامي لتلبي احتياجات الفلسطينيين.

عام ٢٠٠٢ اعترض الإسـرائيليون على صفحة الوفيات التي تنشـرها الجرائد الفلسـطينية والتي تورد فيها أسـماء الذين يقومون بعمليـات انتحارية. من بينهم شـخص قام بقتل امرأة إسـرائيلية وابنتهـا في العاشـرة من العمـر وإن الصحيفة تمجد الرجـل وتدعو لـه بالرحمـة. ثـم يعـرض التلفزيـون الفلسـطيني برنامج للأطفـال يحكـي قصة فتـاة فلسـطينية تقتلهـا إسـرائيل بقذيفـة وهي عائـدة من المدرسـة الأمر الذي يشـجع الجيل الجديد على الكراهية ويظهر الإسـرائيليين كوحـوش. لا أظن أن هـذا النوع من البرامج سـيتوقف ولكننا سـمحنا للسـلطة الفلسطينية بإدارة إعلامها.

وفي المقابل انتقد الداعمون للإعلام الفلسـطيني التغطية الإعلامية المتحيزة لإسـرائيل مثـل Knight–Ridder، AP، CNN ووكالات إخبارية غربية أخرى. حيث قامت CNN بـإدراج قائمة تذكارية لإسـرائيليين قتلوا على يد فلسـطينيين ولـم تدرج قائمة للفلسـطينيين الذين يقتلهم الجيش الإسـرائيلي كل يوم. ووفقا للجنـة العالميـة لحمايـة الصحافييـن فـإن الضفـة الغربيـة أسـوأ منطقـة للعمل الإعلامي تليهـا كولومبيا وأفغانسـتان واريتريا وبيـلاروس وميناميـار وزمبابوي وإيران وقرغيزستان وكوبا.

أما فـي روسـيا فيشـكل بيـع القصـص الإخباريـة تحت مـا يعـرف "الإعلان الخفـي" عائقا خطيـرا أمام تطويـره. ففي مسـح أجرته مؤسسـة علـم الاجتماع الأكاديمية الروسـية أفـاد ثلثـي الصحافيين الذيـن أجريت عليهم الدراسـة أنهم باعوا القصص الإخباريـة أكثر من مرة. يكمن الإغراء المادي والنفوذ السياسـي وراء فساد بيع الأخبار. أما الإعلام في بنجلادش فإن ربحه أو خسارته مرتبطين

بالإعلانات الحكومية مما يحرم المواطن من الحصـول على المعلومة وبالتالي انعدام فرص التطوير.

للحصـول علـى ثقـة المشـاهد ينبغـي علـى العـلام توخـي الدقـة والعـدل والمصداقيـة في التغطيـة الإخبارية وهي من أسـس احتراف المهنيـة. فقد اظهر اسـتطلاع أجرته المفوضية الأوروبيـة أن مسـتوى الثقة في الصحـف البريطانية فـي عيـون قرائها بلـغ ٢٠٪ فقـط. ووصلـت الثقـة بالإعلام فـي ايطاليـا ٣٩٪. وكانت النسبة الأعلى في بلجيكا وفنلندا ولوكسمبورغ بمعدل ٦٠٪ لكل دولة. ويراقب ما يجري في الإعلام الأمريكي من العالم كله. فعندما امتنعت شـبكات التلفزة من النقل عن قناة الجزيرة في تغطيتها لأسـامة بـن لادن والقاعدة رحبت سـنغافورة وزمبابوي بالفكرة. لكـن "جمعية الصحافة العالميـة" انتقدت أمريكا ودعت إلى حرية نقل الأفكار والمعلومات مهما كان مصدرها.

العوائق التكنولوجية:

تقوم التكنولوجيا بدور مزدوج فمن الممكن أن تشكل عائقا في وجه التطوير الإعلامي أحيانا ومزيلا لتلك العوائق في أحيان أخـرى. فإن تكلفة التكنولوجيا كإنشـاء الصحف والمحطات التلفزيونية والإذاعية ونظام الكابلات عالية نسبيا بالنسـبة للدول الفقيرة. وتقـوم الـدول الغنية بتصدير هـذه التكنولوجيـا للدول الأفقر مما يساعد على تقليل الفجوة التكنولوجية بينما. وهنا يأت دور الإنترنت القليل التكلفة والذي يسـهل إيصـال التكنولوجيـا خصوصا للشـباب المتعلم. فهو يتخطى الحواجـز الجغرافية. ووفقـا "لبيت الحريـة " فإن الأنظمـة القمعية -من بينها السـعودية وإيران وسـوريا وباكسـتان- تفـرض قيودا علـى الإنترنت أقل من التـي تفرضها علـى الإعلام المرئـي والمطبـوع. بـل أن الإنترنت يفتح آفاقا أمام التطوير التجاري والاقتصادي والثقافـي. ويفيد"بيت الحرية" أيضا أن ٤٦٪ من الدول تقلل الحظر علـى الإنترنت من بينها أمريكا واسـتراليا وجنوب أفريقيـا وتايـوان. وإن ٤٠٪ تفـرض قيـودا متوسـطة علـى الإنترنـت مـن بينهـا

لبنان المكسيك والهند وتركيا كوريا الشمالية. و١٤٪ تعيش في دول شديدة الحظر على الإنترنت منها الصين وكوبا وروسيا لاووس والجزائر. فالدول الأخيرة تملك حق تشغيل وإغلاق خدمة الإنترنت كما فعلت الصين بإغلاقها موقع "Google".

أوكرانيا من الدول التي لا تشدد الحظر على الإنترنت، ولكن حادثة اختفاء أحد محرري الصحف الإلكترونية المعارض للنظام سبب فضيحة في البلاد واشتبه في تورط الرئيس في اختفائه مما حدا بالناس للنزول للشارع مطالبين بعزله. يشكل الإنترنت خطرا حقيقيا، فيستطيع من يشاء كتابة ما يشاء. أن أكثر مستخدميه يعيشون في الولايات المتحدة بنسبة ٢٥٪ من سكان العالم لعام ٢٠٠٠ فقط.

الخاتمة:

على أفغانستان أن تمشي طريقا طويلا لبناء نظام إعلامي لعدم توفر البنى التحتية وإن تتخطي العوائق الثقافية والدينية والفقر وانعدام الديمقراطية والقوانين الإعلامية الصارمة. لقد بدأت صحيفة "كابول الأسبوعية " باستخدام كمبيوتر واحد وآلة طابعة واحدة وما زال الصحفيون يعملون هناك فبرغم الحواجز. تعتبر العوائق المادية والاقتصادية الأسهل في تجاوزها لاعتمادها على الموارد أما اتجاهات الناس واعتقاداتهم فتبقى الأصعب.

❖❖❖❖

حرية الصحافة في العالم

توطئة تاريخية:أن الديمقراطية والحريات الغربية بما فيها حرية التعبير والصحافة هي نتاج الثورة الأوروبية في القرن الرابع عشر والتي نجم عنها تفجر في المعرفة والتكنولوجيا والتعليم وظهور الحكومات الشعبية واللغات الأوروبية الحديثة والصحف. وبقيت العلاقة بين الصحافة والحكومة رمزية فالأولى تريد معرفة ماذا تفعل الحكومة والثانية تريد السيطرة على الأولى. وما زال هذا طابع الصراع في القرن الواحد والعشرين. تخلل تاريخ الصراع معالم واضحة أبرزها التمسك بنظام الحرية الإعلامية الأمريكية بموجب الدستور الذي يضمن ذلك. مع أن دساتير كل الدول تتضمن بنودا تحمي حرية التعبير ولكن خرق هذه البنود أصبح القاعدة أكثر من الالتزام بها أو حتى الالتزام بحقوق الإنسان المنصوص عليها في ميثاق الأمم المتحدة.

ترتكز الديمقراطيات الغربية الحديثة على الصالح العام بالدرجة الأولى واهم من الصالح الفردي. لقد عززت الثورتان الأمريكية والفرنسية مبادئ الحرية والديمقراطية كمرحلة أولى تلتها الثورة البلشفية التي ضمنت للمواطن حق العيش والسكن والعمل، ثم جاء الجيل الثالث من الحقوق الوطنية الذي أعطى حق السيادة للدولة والتي من خلالها تقرر الدولة كيفية التصرف في المعلومات من السماح بها أو حظرها. كانت الجهود المبذولة لخلق نظام صحفي تعاوني حر جزا من نداء أوسع لإعادة هيكلة الاتصالات العالمية التي تعرف بالنظام العالمي الجديد للمعلومات والاتصالات"NWICO".

تعريفات:

بإلقاء نظرة سريعة على الإعلام العالمي نجد تنوعا لافتا في الشكل والمضمون. ومع غياب تعريف واضح ومحدد لحرية الصحافة نلحظ خلافا أيضا في كيفية ممارستها. ولكن مجمل الصيغ تعرف حرية الصحافة بأنها

العلاقة بين وسائل الإعلام والحكومة، وهي المفتاح لفهم النظام الإعلامي لأي بلد. ولتسليط الضوء على المتشابه والمختلف في التنوع الإعلامي العالمي لابد من الأخذ بالمحاور الرئيسية الثلاث وهي السوق والاتصالات والأنظمة الإعلامية المتقدمة.

السوق:

حتى في الديمقراطيات الغربية لا يوجد إجماع على مزايا حرية الصحافة. إلا أن هناك تعريفا موحدا للأنظمة الإعلامية على أساس السوق (وهذه هي الديمقراطية الغربية) وهو أن حرية الصحافة تعني حق التعبير والبث والنشر بدون إذن مسبق من الحكومة وبمسؤولية قانونية محدودة. وقد يشمل التعريف أيضا ضمانات قانونية للوصول المسؤول إلى المعلومات الحكومية والمشروعات وحق التعديل والرد، وحق الوصول إلى أجهزة الإعلام وبعض الحقوق لحماية الصحافيين. أن استخدام كلمات مثل "محدود ومسؤول وبعض" تنوه إلى الاختلافات حتى في الديمقراطيات الغربية. وتحت عنوان الحرية تحاول الصحافة خرق القيم الاجتماعية الراسخة كاحترام حق المواطن في الخصوصية والعدل والأمن القومي. فلا يزال مدى الحرية الصحفية وحدودها مثار جدل بين المحامين والصحافيين في أمريكا. فالبند الأول في الدستور الأمريكي يمنع التشهير أو نشر المواد الإباحية أو كشف أسرار دفاعية تضر بالدولة. لا تستطيع الحكومة أن تمنع الناس مسبقا من القول أو النشر أو البث لكنها تستطيع أن توقف من يخالف تلك المبادئ.

أما خارج الولايات المتحدة فلا يسمح أصلا بنشر ما يهدد الأمن القومي أو الاستقرار الاجتماعي. فتدرك مؤسسات الإتحاد الأوروبي مثلا أهمية حماية كرامة الإنسان من التشهير وفي المقابل تحمي حقوق الصحافيين من المثول أمام المحكمة والبوح بمصادر المعلومات. فقوانين حماية السمعة والكرامة والخصوصية في أوروبا أقوى منها في أمريكا. يقوم مبدأ حماية الصالح العام

في أوروبا في المقام الأول وبإمكان الحكومة إيقاف النشر لما تراه مخالفا.

كما أن التشهير بالموتى أو الجماعات أو الإساءة إلى الدولة أو كبار المسؤولين مثار جدل. فأنصار الحكومة يرحبون باتخاذ موقف ضد الإعلام الخاص الذي يهتم بالعناوين الجذابة أكثر من اهتمامه بالمسؤولية الاجتماعية. ينشط النقاش عندما تتخذ الحكومة موقفا فاعلا فأين نضع الخط الفاصل بين العام والخاص؟ وكيف نوازن بين حرية الصحافة والصالح العام؟ وهنا مكمن الاختلاف والتنوع بين الحكومات.

أنصار المجتمع:

هو مصطلح يستخدمه المنظرون الإعلاميون وهو اشمل من الشيوعية. أن التحول لاستخدام هذا المصطلح بدلا من الشيوعية أساسه العاطفة نحو الشيوعية وهو مفهوم غامض يدعو للفصل بين الديمقراطية الغربية وديمقراطية أمريكا. رأينا سابقا ميل الأوروبيين للصالح العام، فالقانون الكندي ينص على الالتزام "بالسلام والنظام والحكومة الرشيدة" هو نفسه القانون البريطاني والذي ما زال سائرا حتى يومنا هذا، وليس الأمريكي الذي يدعو إلى "الحياة والحرية والسعي نحو السعادة" فحرية الصحافة الأمريكية تؤكد على الحقوق الشخصية وضبط الحكومة ولكنها أيضا موجهة ضد الفرد والحقوق العامة.

يجب أن لا يخل هذا الاختلاف في مفهوم الحرية الصحفية بالمعنى الحقيق لها. صحيح أن كارل ماركس رسم الخطوط العامة للشيوعية لكنه كتب القليل عن حرية الصحافة بل كان ضد المعارضة الصحفية طوال حكمة للدولة الشيوعية. جاء التعريف الحقيقي للحرية على يد لينين الذي شبه بالسقالة المستخدمة في البناء. ومعروف أن حديثه عن الحرية الصحفية ما هو إلا دعاية منظمة لكنه رفض الإعلام التجاري الموجه ضد الفقراء وحث على جعل الصحافة تحت سيطرة الدولة كي تكون في متناول الجميع. وأكد الشيوعيون

على حق الحصول على الإعلام. وكونت الصحف السوفياتية سمعة جيدة واستخدمت الصحافة لمراقبة الحكومة والقادة البيروقراطيون. احكم لينين سيطرته على الإعلام فمنع المنشورات والدوريات والأشرطة والأفلام كما أغلق المحطات الإذاعية الخارجية، ولاحقا هدد السوفييت بتدمير القمر الصناعي الذي يبث محطات غير مرحب بها على القمر السوفياتي. ولكن دون نجاح. حتى جاء غورباتشوف الذي دعا إلى سياسة الانفتاح لدعم الاقتصاد في ما عرف "بالرسترويكا" مع احتفاظ الحزب والحكومة بحق احتكار الإعلام.

تقدم:

أن فكرة تقدم الإعلام تراوغ السلطة الاستبدادية. تحاول دول العالم الثالث تبرير احتكارها الإعلام بتعزيز التطوير الوطني. فقد استخدم الإعلام في مجالات تنموية كالزراعة والصحة والتعليم والتخطيط الأسري. ثم أصبح التطوير الإعلامي مرادفا لثروات أصحاب السلطة وبوق الحكومة في تلك الدول. حتى أن سر نجاح النظام الإعلامي في الدول السلطوية يكمن بعدم تحديه للحكومة مما يعني قوة وغنى الإعلام في ظل تلك الأنظمة. هناك أنظمة تستخدم القوة لمنع النقد وإحراج الحكومة مثل سنغافورة التي فرضت على صحف غربية غرامات مالية أو أجبرتها على الإعتذار وأحيانا وأوقفت التوزيع. أما الإعلام المحلي فيعد أليفا بحسب "بيت الحرية" فإن نظام المعلومات -مركزي جدا مع أنه واحد من أفضل الأنظمة في العالم-. وهناك منظمتان تسيطران على الصحف والصحافة الإلكترونية ويقدمان الكيبل الوحيد للانترنت والتلفزيون. حتى أنها تعتبر من الدول الرائدة في مجال السيطرة على الإنترنت. كما أن هناك تهديدات لحرية الصحافة من قوى أخرى خارج الحكومة ففي مثل تلك الدول تعتبر الصحافة مهنة خطيرة.

من الأنظمة السلطوية الأخرى الجزائر والأرجنتين وروسيا. ما بين ١٩٩٢-٢٠٠١ قتل ٦٠ صحافيا في الجزائر و٣٤ في روسيا و٢٩ في كولومبيا. هناك

ثلاثة أنواع من الحروب تدور في هذه الدول، الأولى مقاومة الحكومة للأصوليين الإسلاميين في الجزائر والثانية حرب الحكومة لتجار المخدرات في كولومبيا والثالثة مقاومة الحكومة الروسية للثوار وأصحاب رؤوس الأموال.

وعادة ما تكون الحكومات فاسدة أصلا ولا تقبل النقد الإعلامي فالصحفي في خطر إذا ما استهدف من الجانبين. حتى في أوقات الحرب لا تحاول الحكومة حماية الصحافيين بل لا تريد ذلك. لكننا نلمس انخفاضا في عدد الصحافيين المقتولين في تلك الدول من ٦٦ عام ١٩٩٤ إلى ٢٤ عام ٢٠٠٠. كما أن هجمات الحادي عشر من سبتمبر وما تلاها من الحرب على الإرهاب لم تؤثر على حرية الصحافة بل لوحظ ازدياد في الحريات المدنية وحرية التعبير في الدول الغربية واستخدمت أمريكا الإعلام في التطوير المجتمعي. كما شهدت دول العالم الثالث اطرادا ملحوظا في برامج التطوير بما يشمل السياسة مما حدا بالإعلام إلى دعم تلك الدول. يلخص الغربيون الحرية الصحفية بقولهم أن "الصحافة الحرة تعني ضمير الإعلاميين" لكن الأهم هو وجود سياسة إعلامية لحماية الحريات. في النهاية فإن الإعلام يتطور في الدول الشيوعية السابقة في وسط وشرق أوروبا فيسعى للتخلص من المفاهيم الشيوعية والسلطوي. أما دول العالم الثالث فما زالت تعكس النموذج القديم في سيطرة الحكومية على الإعلام.

الحريات اليوم:

بانهيار الشيوعية انهار الإعلام الوطني وانتصر الإعلام المستقل وانطلق عهد جديد من الاتصالات العالمية. وهي مرحلة اسماها المفكر فوكوياما "نهاية التاريخ". مع توجه أنظار العالم لما يحدث في برلين وموسكو نجد أن شيئا مشابها يحدث في أمريكا اللاتينية التي تتأرجح بين ديمقراطية هشة ودكتاتورية عسكرية تتحرك بشكل غير رسمي نحو الديمقراطية. حتى في المكسيك حيث الفساد والسيطرة بدأت الصحف بنشر تقارير ناقدة للحكومة.

في أفريقيا أيضا تعمل الأحزاب الحرة برفقة الإعلام -الذي اتخذ الطابع الغربي- لترسيخ موطئ قدم للديمقراطية. فقد أعلنت وكالة الإعلام الأفريقية -التي قامت على مبادئ NWICO ومبدأ تطوير الإعلام- عن تغييرات جذرية في الإعلام المستقل الذي بدأ يتحدى الحكومة. كما أن هناك موجة استثنائية من الديمقراطية تعصف ببعض دول آسيا مثل النمور الأربع (سنغافورة وكوريا الشمالية وهونج كونج وتايوان) ونمور الدرجة الثانية (اندونيسيا وتايلاند وماليزيا والفلبين). أن مقارنة الوضع في آسيا بالوضع في أوروبا الشرقية يدعو للتساؤل فيما إذا كانت الحرية الصحافية قوة محفزة للتطوير الاقتصادي أم أنها نتاج له. يرى المراقبون أن التطوير يأتي أولا ثم الحرية. لكن من الصعب تحقيق ذلك في دول تتنوع في الثقافة والتاريخ.

يعد العالم العربي مثال آخر على الميل نحو الحرية الصحفية. فبعد هجمات ١١-٩ سلطت الأضواء على العالم العربي مع التفاؤل بقرن جديد. بالصدفة وفي تقرير كتبه علماء عرب نشرته الأمم المتحدة عام ٢٠٠٢ كشفت عن مشكلات يعانيها الشرق الأوسط ومن بينها " عجز الحريات" وحقائق مظلمة حول التطوير. تعتبر الدول العربية الأقل تحررا من حيث معايير"الصوت والمسؤولية" من بين مختلف المناطق السياسية والجغرافية في العالم. حتى أنها أقل حرية من البلاد الواقعة جنوب الصحراء الأفريقية بحسب التقرير. وهناك تأخر واضح بين الدول العربية ودول أخرى في المنطقة من حيث الحكم التشاركي. فموجة الديمقراطية التي عصفت بالحكومات في ثمانينات وتسعينات القرن الماضي في آسيا وشرق أوروبا وأمريكا اللاتينية بالكاد وصلت إلى العالم العربي. هذا العجز قلل من التطوير البشري والسياسي. مع أن الديمقراطية وحقوق الإنسان مقدسان في الدساتير وفي القوانين والتصريحات الحكومية لكن الممارسة العملية لا تلقي بالا إلى كل ذلك.

التغييرات الحالية:

صنفت "بيت الحرية" الدول عام ٢٠٠١ من حيث الحريات الصحفية إلى ثلاث فئات: حرة وحرة جزئيا وغير حرة. ووجد أن من بين ١٨٧ دولة اجري عليها المسح أن ٤٠ ٪ من الدول -وهي أعلى نسبة من العقد السابق- تم تصنيفها على أنها حرة وإن ٣٣٪ صنفت كغير حرة. وهي النسبة الأقل منذ ١٩٩٦وان ٢٢٪ تعيش حرية صحافية نسبية، في حين أن ٣٨٪ لا تمارس الحرية الصحفية مطلقا. غانا وكاب فيرد وبيرو وفانتو تحولت من حرة نسبيا إلى حرة. في حين تراجعت الكونجو والنيجر ومنجوليا من الفئة الحرة إلى حرة نسبيا. كما تراجعت بنجلادش وهاييتي من درجة حرة نسبيا إلى غير حرة. لكن التقرير لم يستطع تحديد سبب تلك التغييرات. ولاحظ التقرير انخفاضا طفيفا في استعمال الإنترنت عقب الهجمات الإرهابية ونموا في ملكية وسائل الإعلام في كندا. مع كل التغييرات التي حدثت بداية القرن الواحد والعشرين من عولمة وإرهاب فهل ستنتهي القصة بانتصار الحريات الصحفية؟

التحديات الحالية:

لقد جعلت العولمة العالم قرية صغيرة وقربت الناس من بعضهم. بانهيار الشيوعية والحرب الباردة وإعلان الرئيس بوش عن نظام عالمي جديد ينهي صراع الحضارات. لكن الدول المتصارعة تباطأ في الاندماج في نظام عالمي يدعو لشمولية الحرية الصحفية. وما زال الطريق وعرا أمام حرية الصحافة لأنها جزء من سيادة الدولة ولا تخضع للقانون الدولي فبرغم التوافق مع التعريف الغربي لحرية الإعلام إلا أن التطبيق أمر آخر.

التعليمات العالمية:

تطبق الحرية الصحفية في العالم بمستويات مختلفة. ومن المبادئ الأكثر انتشارا "الإعلان العالمي لحقوق الإنسان" الذي تضمن بيانا لحرية التعبير

والصحافة الذي يشبه الكثير من الدساتير الدولية بما فيها الأمريكي. هناك آليات مختلفة لتطبيق هذا الإعلان، فالدول التي صنفت على أنه حرة نسبيا أو غير حرة وقعت على إعلان الأمم المتحدة لحقوق الإنسان. وبما أن هذا الإعلان غير ملزم فانه يبقى بلا قيمة. لكن بعض المنظمات تمارس سلطتها على المؤسسات الإعلامية ومراقبتها مثل "اتحاد الاتصالات العالمي" الذي مارس سيطرة على البث والاتصالات "ومنظمة حماية حقوق الملكية الفكرية العالمية" التي تعمل على قضايا العلامات التجارية وبراءات الاختراع. إضافة إلى منظمة الأمم المتحدة للثقافة والعلوم "اليونسكو" التي انسحبت منها بريطانيا وأمريكا وسنغافورة على خلفية قضايا سوء إدارة. ثم أعيد انضمام بريطاني عام ١٩٩٧ وأمريكا عام ٢٠٠٢.

ولكن هناك بعض المشكلات تلوح في الأفق. حيث أن منظمة التجارة العالمية "WTO" التي تتعامل مع قضايا الاقتصاد المعلوماتي أو المعرفي في الدول الموقعة على الاتفاقية. فتشكو الولايات المتحدة حاليا من عدد من القضايا حول سرقة بعض الدول لبرامج ومنتجات ترفيهية تعرفها المنظمة ب"المواد السمعية والبصرية" المهمة جدا لأمريكا لاعتبارات اقتصادية. من القضايا التي على منظمة التجارة أن تنظر فيها أيضا باعتبارها مصدرا للنزاع في المستقبل اختلاف النظرة حول مسالة الخصوصية بين الإتحاد الأوروبي وأمريكا الأمر الذي يعقد كل التنظيمات العالمية للاتصالات الإنترنت.

ظاهرة تدفق الأخبار باتجاه واحد:

مما تقدم يتضح لنا أن ظاهرة تدفق الأخبار في اتجاه واحد تمثل أبرز الظواهر في الحياة الدولية الراهنة حيث نجد أن هذا التدفق يوجّه معظمه من الدول الكبرى إلى الدول الصغرى من الدول التي لديها القوة ووسائل التكنولوجيا تجاه الدول الأقل تقدما مما خلق مشكلات كبيرة في عدم توازن التدفق الإعلامي وأوجد هيمنة واضحة للأنباء على حساب وكالات الأنباء المحلية.

وكان الجدل حول هذا الاختلال قد ازدادت حدته بشأن مسالة التدفق الدولي للأنباء وسيطرة وكالات الأنباء الكبرى على جمع الأنباء ونشرها وذلك لان عملياتها الواسعة على نطاق العالم شبيها بالاحتكار في مجال نشر الأنباء على الصعيد الدولي إذ تهيمن هذه الوكالات على نشر ما يقارب ٨٠٪ من أنباء العالم ويذهب بعض الكتاب إلى أن هذه الوكالات هي السبب الأساسي في الاختلال القائم في تدفق المعلومات على النطاق الدولي.

ويأتي هذا الاتهام لامتلاك تلك الوكالات شبكة واسعة من المراسلين المنتشرين في شتى أنحاء العالم إضافة إلى استخدامها لأحدث تقنيات الاتصال إلى جانب خبرتها الطويلة في جمع الأنباء ومعالجتها وتوزيعها بلغات عديدة في أنحاء العالم ولكل وكالة أكثر من مائة مكتب منتشرة في دول العالم وتستخدم آلاف الموظفين والمراسلين للقيام بجمع مئات الآلاف من الكلمات كل يوم وتوزيع ملايين الكلمات على النطاقين المحلي والعالمي.. وكل منها يصدر أنباءه على مدار ٢٤ ساعة في اليوم إلى الآلاف من الوكالات الوطنية والصحف المشتركة ومحطات الإذاعة والتلفزيون في أكثر من مائة دولة وجميعها يقوم بخدمة منظمة بالانكليزية والفرنسية والألمانية والاسبانية والروسية والبرتغالية والعربية وبلغات أخرى أقل أهمية.

في حين أن أماكن كثيرة من العالم النامي لا تملك وكالات أنبائها الوطنية والصحف والإذاعة مراسلون خاصون إضافة إلى أن هناك ثلاثين بلدا ليس فيها وكالات للأنباء، ويفتقر ثلثا وكالات الأنباء الموجودة إلى المعدات اللازمة لإرسال المعلومات إلى البلدان الأخرى لذلك فهي تعتمد اعتمادا كاملا على وكالات الأنباء العالمية للحصول على الأنباء الخارجية.. وعلى الرغم من كثرة عدد وكالات الأنباء في الدول النامية فإن عدد غير قليل من هذه الوكالات دون المستوى المطلوب لكونها مجرد مكاتب لجمع وتوزيع الأخبار وهذا يعني أن إنشائها جاء رغبة من الحكومة لفرض سيطرتها وتحكمها في الأخبار والمعلومات التي ستروج في الداخل.

وبما أن الجميع بحاجة إلى المعلومات السياسية والاقتصادية وغيرها من المعلومات لذا لم يكن هناك وسيلة أخرى لتبادل المعلومات والأخبار ورغبة من الجميع في معرفة ما يجري في العالم مما أدى إلى هيمنة وكالات الأنباء العالمية الكبرى على تدفق الأخبار والمعلومات ومهما تكن نوايا هذه الوكالات فإنها لابد أن تخضع خلال مسيرتها لعدد من الضغوط المالية والأيديولوجية والتقنية.

وهناك ظاهرة أخرى تتعلق بنوع التغطية الإخبارية للأحداث الدولية حيث أوضحت الدراسات العديدة في هذا المجال.

أن الأحداث التي تقع في الدول الغربية المتقدمة هي المستهدف الأول في التغطية الإخبارية في صحف الدول النامية وذلك عكس ما يحدث في الإعلام العربي إذ أن التغطية الإعلامية كما يدور في العالم النامي تتركز على الانقلابات والأزمات والطرائف وكل ما يعطي صورة مشوهه للحقائق فضلا عن ضآلتها من الناحية الكمية.

وتجاهلها لعمليات التنمية وسائر المشروعات الايجابية في معظم دول العالم الثالث وهذا ما أكدته لجنة ماكيرايد للإعلام بمنظمة اليونسكو إذ أن هذه الحقيقة أدت إلى مزيد من السيطرة من جانب الإعلام الغربي ومزيد من التبعية من جانب الإعلام النامي.

إن وكالات الأنباء العالمية تنقل للدول النامية أخبار الدول التامية الأخرى وأخبار الدول الشمالية.. ولا تبث الأخبار الجديرة بالتقديم.. وبهذا تفرض على الدول النامية رؤيتها هي للعالم وليس كما تراه شعوب دول عالم الجنوب فهذه الوكالات لا تكرس لأبناء البلاد النامية إلا نسبة ٢٠٪ أو ٣٠٪ من تغطيتها الإعلامية على الرغم من أن البلاد النامية تشكل ما يقرب من ثلاثة أرباع البشرية.

فعلى سبيل المثال إن وكالة أنباء يونايتد برس انترناشنال تكرس ٧٠٪ من

أخبارها للأحداث الجارية في شمال العالم وإن ٢,٣٪ لأمريكا اللاتينية و٨,١٪ لأفريقيا و٥,١٪ لأوروبا ودول الاتحاد السوفيتي سابقا مع نسبة لا تتجاوز ٢١-٣٠٪ عن بلدان العالم الثالث.

وأكدت دراسة أجريت في عام ١٩٧٩ وتناولت (١٤) صحيفة من كبريات صحف أمريكا اللاتينية أن ٩٠,٧٪ من أخبارها العالمية مصدرها وكالات الأنباء العالمية وهذا ما يتطبق بالضرورة على دول العالم الثالث ومنها الدول العربية.

لذا فإن الصحف في هذه البلدان تغدو وكأنها مجرد سوق لتوزيع أخبار هذه الوكالات مما يؤثر في قوة وشخصية تلك الصحف.

مشكلات تعرقل العمل الإعلامي إلى الدول النامية

وذكرت اليونسكو في وثيقة دولية أن ثمة مشكلات وعوامل تعرقل العمل الإعلامي إلى الدول النامية ومنها:

١- ندرة الموارد المالية التي تعاني منها الدول النامية بصفة عامة ومرافقها الاتصالية بصفة خاصة.

٢- نقص الكوادر الفنية المؤهلة في مجال الاتصال والإعلام العديدة.

٣- المنافسة الشديدة بين موردي المعدات الفنية ووسائل الاتصال الحديثة.

٤- انخفاض القدرة الانتاجية للدول النامية في مجال انتاج معدات وأجهزة اتصال.

٥- نقص المعلومات التي يمكن الاعتماد عليها والمناسبة للمستهلكين والمتمركزة في الدول المتقدمة.

٦- استعداد غير كاف من قبل الدول المتقدمة لمساعدة الدول النامية في تطوير بناها الأساسية في مجال الاتصال حيث لم يحظ هذا المجال بالأولوية المناسبة في مجال التعاون الدولي.

ويفسر هستر عملية التغطية الإخبارية في الدولة النامية فيلاحظ أن تدفق مثل هذه الأنباء ودراسات حارس البوابة.

تصبح ذات أهمية قصوى عندما تتناول تدفق الأنباء إلى الدول النامية ومنها ويقول إن حجم الرسائل الإخبارية التي تنقل إلى الدول النامية ومنها يقل كثيرا عن الأخبار المتداولة بين القوى الصناعية والغربية الكبرى وهكذا فإن عملية الاختيار التي تحدد ما يتدفق من خلال البوابات قد تحجب التدفق الإخباري تماما إذا كان حجم الرسائل الإخبارية قليل.

ويضيف د. هستر إن العاملين في وسائل الإعلام بالدول النامية سواء كان منهم من يعمل في مؤسسات حكومية أو من ينتمي منهم للقطاعات المستنيرة من المواطنين يعلمون أن الأنباء التي تخرج من بلادهم والتي تمر من البوابات العالمية للأنباء لا تتجاوز القطرات عندما تصل إلى بقية دول العالم وقد فرضت وكالات الأنباء الدولية نفسها على إعلام الدول النامية مستفيدة من تطور التقنيات والإمكانات الفنية العالمية ومن منهج وطريقة أدائها التي تمثل في شمولية التغطية للأحداث في العالم وكتابة النص بصيغة توحي بالموضوعية والتجرد وسرعة توصيل الخبر وتأمين التسهيلات التقنية لتلقي الخبر.

وتشير الدراسات إلى أن وكالات الأنباء العالمية تضع الأجندة لدول العالم الثالث بل وللعالم كله تقريبا فما تعتبره تلك الوكالات هاما يصبح هاما للدول الأخرى.

وبما أن هذه الوكالات مرتبطة أساسا بالدول الصناعية المتقدمة فإنها لا تستطيع الخروج عن الخط المرسوم لها، لذلك فإن عملية تشويهها للأخبار المنقولة عن بلدان العالم الثالث تتعدى حدود نشر معلومات كاذبة ليأخذ أشكالا أخرى منها:

أ – المغالاة في التأكيد على أحداث ليس لها أهمية.

ب– وضع الحقائق التي لا ترتبط ببعضها في قالب واحد وعرضها بشكل

يوحي بأنها متصلة وتكون حالة واحدة.

ج- عرض الحقائق بطريقة ضمنية تعكس حالة رضا مما يقدمه النظام المهيمن.

د- التشويه القائم على خلق حاله مزاجية وعقلية مسبقة نحو الأحداث وذلك عن طريق تقديم الأحداث ذات الأبعاد المعروفة بأسلوب خلق حاله خوف أو شك لا أساس لها من الصحة.

هـ- التشويه من خلال التعتيم أو عدم نشر أي معلومات متصلة بالحدث أو الموقف الذي لا يخدم مصالح الدول التي لا تنتمي إليها وكالات الأنباء العالمية.

كما أن الأخبار والمعلومات التي تروجها هذه الوكالات لا تتلائم في واقع الحال مع بلدان العالم الثالث وحاجاته لأنها جمعت ونشرت عن طريق مصادر وأجهزة الوكالات الغربية إضافة إلى أن المحتكر هو الذي يحدد أي المواضيع تقدم وأيها يمنع وهم يعلمون أنهم يتحكمون بذلك التدفق إذ يحصلون على المعلومات التي يريدونها وبالشكل الذي يرونه مناسبا وفي الوقت الذي يرغبون فيه أيضا. فضلا عن ذلك تعمل على خدمة مصالح الدول التي تنتمي إليها فهي في تغطيتها الإخبارية لمختلف أحداث المعالم لا تغفل هذا الأمر وإنما هو في صميم عملها في هذا الاتجاه على رغم ما تدعيه من موضوعية أو حياد في نقل الأخبار (فهذه الوكالات تلجأ إلى تلوين الأخبار طبقا لمصالحها ومصالح النظم السياسية والاقتصادية التي تتبعها) والأمر نفسه بالنسبة للعالم العربي الذي يشكل جزء من دول الجنوب إذ يوجد ما يزيد عن ٢٢ وكالة أنباء عربية إلا أن بعض هذه الوكالات اقرب إلى مكاتب إعلامية تابعة لوزارات الإعلام مباشرة وانتاجها ضعيف قياسا إلى السيل الكثيف الذي تنتجه وكالات الأنباء العالمية الكبرى مما يدفع وكالات الأنباء العربية إلى اللجوء إلى

الوكالات الدولية خصوصا فيما يتعلق بأنباء العالـم الخارجي وحتى فيما يتعلق بالأنبـاء المحلية ذاتها فليـس من الغريب مثـلا أن تنقل بعض الـوكالات العربية عن الوكالات الأجنبية أحداثا تجري في محيطهـا الجغرافي والثقافي والوطني، ويفسـر هذا الوضع ضعف هياكل وكالات الأنباء التابعة لها يضاف إلى ذلك أن وجود مكاتب خارجية تابعة لبعـض هذه الوكالات لا يعني فـي حد ذاته ضمان تدفق مـرضٍ للأنباء إذ أن هذه المكاتـب غالبا ما تكون مصالـح حكومية ملحقة بالسفارات والهيئات الدبلوماسية العربية في الخارج.

وعلى الرغم من التطور الذي حصل في عمل وكالات الأنباء العربية وسـعي وسـائل الإعلام العربيـة لتنويع مصـادر أنبائهـا الخارجيـة فـإن وكالات الأنباء الغربية ما زالت هـي المصدر الرئيسـي للأخبـار الخارجية وهـي أي الوكالات الغربيـة هـي التـي تحـدد حجـم ونوعيـة اهتمامـات وسـائل الإعـلام العربيـة وللأسباب التالية:

١- طغيـان النمـوذج الغربـي لمضمـون الأخبـار الخارجيـة علـى وسـائل الإعلام العربيـة من حيث التركيز علـى أنباء الصـراع والعلاقات الدولية والتطـورات الداخلية في الـدول الأخرى بخاصـة تلك الأخبـار المثيرة أو غير المألوفة مع قلـة الاهتمام أو تجاهل الأنباء التـي تمس التطورات الايجابية في الـدول النامية وخاصة الأخبـار المتعلقـة بالتنمية بالإضافة إلى العاصفة الإخبارية التي وضعت عالم الجنوب بما فيه الوطن العربي على كرسي الاتهام بعد أحداث ١١ أيلول ٢٠٠١.

٢- التركيز على أنباء العالم الأول وبخاصة الولايـات المتحدة وغربي أوربا وتقديمه فـي كم الأخبار ومضمونهـا على أنه محور الأحـداث الصالحة للبث عبر العالـم ومركز إدارة النظـام الدولي كله وخاصـة في العلاقات الدولية وإدارة الصراع الدولي.

٣- التعتيم الإخباري المتعمد وتحريف أخبار العالم الثالث ويأتي ذلك من خلال نشر كم من الأخبار لا تتناسب إطلاقا مع وزنه في المجتمع الدولي أما تحريف الأنباء بالمعنى الدقيق للعبارة يحدث عندما تحل الأخطاء أو الأكاذيب محل الحقائق الثابتة أو عندما يضاف تفسير محرف إلى الخبر عن طريق استخدام صفات التحقير أو القوالب الجامدة مثلا فهناك طرقا متعددة يتم بها تحريف الصورة الكاملة للأحداث والمواقف وهذا يحدث عندما تعطي أحداث لا تنطوي على أهمية حقيقية موضعا بارزا وعندما تخرج أمور سطحية أو لا صلة لها بالموضوع مع حقائق ذات أهمية فعلية أو صنع الأخبار من حقائق عشوائية وتقديمها كحقيقة متكاملة أو عندما تجمع الحقائق الجزئية لكي تعطي انطباعا بأنها الحقيقة الكاملة أو عرض الحقائق بطريقة تثير شكوكا ومخاوف لا أساس لها من الصحة أو مبالغا فيها يهدف التحكم في رد الفعل من جانب الأفراد أو حتى جماعة بأكملها أو حكومات أو التزام الصمت إزاء حقائق وأحداث يفترض أنها تهم الجمهور.

ومن خلال ما تقدم يتضح لنا أن حركة الأخبار تمثل قلة في الانسياب من الجنوب إلى الشمال أي من الدول النامية إلى الدول التي تعتبر متقدمة (كما ونوعا) ولهذا فقد خطت الدول النامية خطوات منها تأسيس مجمع لوكالات أنباء عدم الانحياز وبدأ نشاطه في كانون الثاني ١٩٧٥ في بلغراد بيوغسلافيا.. كما تم في نيسان عام ١٩٧٤ في بغداد عقد مؤتمر لوكالات الأنباء العربية تم فيه تعديل نظام اتحاد وكالات الأنباء العربية بما يضمن التنسيق بينها لإيجاد السبل لزيادة تدفق المعلومات العربية إلى أوربا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية بذلك عمل هذا الاتحاد على عقد ندوات بين وكالات الأنباء العربية من جهة ووكالات أنباء أفريقيا وأوربا وأمريكا اللاتينية من جهة أخرى.

وان كانت هذه الخطوات قد مثلت البداية في العمل على إعادة التوازن في

انسياب المعلومات والأخبار بين دول العالم فإن الضرورة تقضي بتوفير شروط كثيرة أمام وكالات الأنباء التي تعمل في الدول التي تسير نحو النمو لتقترب من الوكالات الكبرى تكنولوجيا وفنيا وإعلاميا وهذه الشروط هي:

١- توفير قدر كامل من أجهزة الاتصالات وأجهزة نقل المعلومات الصورية.

٢- توفير قدر كامل من المشتركين في أوربا وأمريكا والدول الأخرى تستلم المعلومات من خلال عقد اتفاقيات تعاون معها.

٣- مساهمة اليونسكو مع المنظمات الإقليمية القائمة للمساهمة في تدريب العاملين وتطوير قدراتهم سواء من الناحية الفنية أو الإعلامية.

٤- إعداد كادر متخصص قادر على تميز المعلومات التي تثير اهتمام شعوب أوربا وأمريكا والدول الأخرى.

العلاقة بين الوكالات العالمية والحكومات الغربية:

- الدول النامية اتهمت الوكالات بأنها مستغلة من قبل الحكومات الغربية لتكريس التبعية.
- الإعلام الغربي في المقابل اتهم الدول النامية بأنها تتبنى نظرية المؤامرة ولا تستند إلى الواقع ،وأن الوكالات مستقلة ولا تأثير للحكومات عليها ،أنها مهنية وموضوعية في عملها.
- الدول النامية لم تثبت ادعاءها بعلاقة الوكالات بالحكومات الغربية رغم وجود أدلة ،على أن استقلال الوكالات مسألة جدلية وفيها شك فمضمون المادة للوكالات يتفق مع أهداف حكوماتها (خاصة في الأزمات) ونموذج الوكالة الفرنسية يدل على ذلك.
- ومما يدل على علاقة الحكومات بالوكالات:

أ- المساعدات المالية:- UPI ، AP ، AFP.

ب- توفير الظروف لتوسع عمل الوكالات من خلال إصرارها على تنظيم تدفق المعلومات من قبل دول العالم ومنعها من إصدار قوانين للتحكم في التدفق.

ت- علماء وغربيون اتهموا الوكالات بأنها أدوات دعاية للحكومات الغربية وإن تلك الدعاية تسببت بالحروب.

ث- الوكالات متهمة أيضا باستبعاد أكثر من ٥٠٪ من أخبار العالم وإن ما تقدمه من أخبار يتفق وسياسية الحكومة الأمريكية.

ج- بالإضافة إلى أن الوكالات جاءت نتيجة لتوسع النظام الرأسمالي وأصبحت أداة لنشر الثقافة الغربية ،الأمر الذي يمهد لنمو ونشر الفكر الرأسمالي.

ح- الشركات الكبرى الغربية والاحتكارات الغربية هي التي تسيطر على هذه الوكالات ،وهذا يفسر تركيز الوكالات على أخبار معينة وتجاهلها لأخرى.

خ- الوكالات تكثف الاعتماد على المصادر الرسمية والنخب السياسية كمصادر موثوقة رغم أن هذه المصادر تعبر عن جزء من القضية وأنها ليست بالضرورة موثوقة ،وهي تمثل مراكز القوى في الدولة.

الوكالات وتحديد الأجندة العالمية:

الدراسات تشير إلى أن الوكالات تحدد الأجندة العالمية والسبب هو أن جمع الأخبار مكلف جدا لذلك تعتمد وسائل الإعلام على الوكالات بشكل مكثف وهذا يعني أن الحدث يحتاج إلى اهتمام للوكالات وقرار منها لكي يصبح على الأجندة.

الوكالات تحدد الأجندة على النحو التالي:-

تحديد الأساس اليومي للأخبار أي ما يستحق النشر.

تحديد درجة أهمية الأخبار أي الأهم والأقل أهمية.

وضع القواعد التي يتم عليها جمع الأخبار:

تعتمد الوكالات على المصادر الرسمية التي تحدد ما يتم اختياره وما يتم تجاهله من القضايا العالمية (مثل تجاهل قضايا الدول الفقيرة).

جمهور وكالات الأنباء:

١- رجال المال والأعمال في الدول المتقدمة:-..... فقد تأسست الوكالات لخدمة رجال الأعمال (رويترز وهافاس) ثم توسعت لخدمة وسائل الإعلام.

٢- وسائل الإعلام في الدول المتقدمة:-..... فالوكالات الأمريكية كانت لخدمة الصحف الأمريكية (أمثال ادوارد سكريبس وراندولف هيرست).

٣- الإدارات الحكومية في الدول المتقدمة:-..... وللحكومات مصلحة في جمع الأخبار وتوزيعها على العالم فالوكالات تقيم اعتبارا كبيرا لتلك الحكومات ولكنها لا تقيم اعتبارا لحكومات الدول النامية إلا في الحالات الاستثنائية.

٤- الإعلام في الدول النامية يعتمد بشكل مكثف على تلك الوكالات والسبب هو الضعف الإعلامي في تلك الدول وعدم اهتمام الوكالات بقضايا دول الجنوب سببه:-

أ- أن جمهور تلك الوكالات متركزا في الدول المتقدمة.

ب- الارتباط بين الاحتكارات الغربية والحكومات هناك ووسائل الإعلام.

النمطية:

هناك تشابه واضح في مضمون وكالات الأنباء ولذا فإن الإعلام لا يستطيع أن يقدم مضمونا متميزا والسبب أن ذلك الإعلام غير قادر على تكوين شخصيات إعلامية متميزة قادرة على الحصول على تغطية متميزة للأحداث. وهذا الأمر انعكس على علاقة وسائل الإعلام بجمهورها حيث أن العلاقة بينهما غير جادة (أي أن السبب ربما اعتماد الإعلام بشكل مفرط على الوكالات) إن ما يميز وسائل الإعلام هو مدى اعتماد المضمون على المصادر وعلى حصولها على المعلومات من مصادر متنوعة وعلى اعتمادها على المراسلين ، ولكن الاعتماد على المراسلين مكلف... ولذلك تعتمد على الوكالات ومن هنا جاءت النمطية والتشابه في الأخبار وهذا بالطبع يمنع وصول الأفكار البديلة إلى الجماهير لأن الوكالات تعتمد بشكل كبير على المصادر الرسمية وتعمل على تهميش الآراء المعارضة.

الوكالات طورت أساليب الجمع والتركيز والاعتماد على:

١- جمع الأخبار بأسلوب معين.

٢- التركيز على رواية معينة.

٣- الاعتماد على المصادر الرسمية.

من هنا كان المضمون متشابها ،مكررا ،مسلّي (أي لا يشبع حاجة الإنسان إلى المعرفة) ،وكان يفترض أن كثرة وسائل الإعلام تقدم تنوعا ومعرفة للإنسان وإن تجعله يشارك في الحياة العامة ولكن ذلك لم يحدث.. بل العكس هو الذي حدث (للأسباب المذكورة سابقا) ،لكن ثورة الاتصال قد تفرض على الإعلام التنافس والتميز في المضمون والاعتماد على المصادر الذاتية.

وكالات الأنباء وحراسة البوابات:

الوكالات تعمل على تشكيل معرفة الجمهور وهي التي تقرر كيف تصور العالم.. بحيث لا تصل القصة إلى الجمهور في شكلها الأصلي (يجري عليها الحذف والإضافة) شهود عيان ،مندوب يتحدث إلى عدد من الشهود ،يقرر المندوب ماذا يأخذ وماذا يترك ،يرسلها إلى الوكالة ثم تتخذ قرارات أخرى على الخبر ،ويحدد حجم الخبر.. وهكذا حتى تصل القصة إلى الجمهور.

وهكذا تحدد كمية المعرفة للجمهور ونوعيتها وتتحدد الآراء والزوايا التي تعالج بها القضايا ولا تصل إلى الجمهور آلاف القصص ،حراس البوابة يتركزون في العواصم الغربية الكبرى ،وحارس البوابة هو ممثل الثقافة.. الثقافة الغربية ولذا فإن معالجة الأخبار تتم من المنظور الثقافي الغربي إذا المواطن لا يحصل على حاجة من المعرفة ،بل عن الرؤية الغربية للحدث... إن ثورة الاتصال توفر الوسائل لكي تسمع الأصوات الأخرى وعلى الناس أن يبحثوا عن الوسيلة التي توصل أصواتهم.. وبالطبع البحث عن المضمون.

التبعية الإعلامية للوكالات:

اعتماد وسائل الإعلام في دول الجنوب على الوكالات الغربية يعتبر تبعية فهي تعتمد على الوكالات في معرفة العالم ،وهذا يؤدي إلى التأثير على قدرتها في صنع قراراتها بشكل مستقل فالوكالات تبث الأخبار عن الدول النامية إلى الدول النامية وهذا يهدد اقتصادها وثقافتها وأمنها القومي.

الوكالات تقدم صورة غير عادلة عن الدول النامية فهي تشوه الأخبار ولا تضعها في سياقها ولذا تقوم وسائل الإعلام في الدول النامية بترويج الرؤية الغربية للأحداث (من خلال اعتمادها على الرؤية الغربية... رواية الوكالات)، وهذا يؤدي إلى:

- أن الدول النامية لا ترى قضاياها بالشكل الصحيح.

- تفقد القدرة على التعاون.
- تفقد القدرة على الفهم المشترك للقضايا.
- تفقد قدرتها على مقاومة الاستعمار.
- عدم القدرة على تحقيق مصالحها.

الدول النامية تشكل ٧٥٪ من سكان العالم وتحصل على ٢٠٪ من التغطية الإخبارية.

٧٦٪ من أخبار صحف الدول النامية المتعلقة بالعالم الثالث مصدرها الوكالات.

الاعتماد المكثف على وكالات الأنباء أدي إلى:

١ - إضعاف صناعة الإعلام في العالم الثالث.

٢- فقدان القدرة على التميز.

٣- فقدان الارتباط بالجماهير.

٤- عدم التعبير عن الجماهير وطموحها في الاستقلال.

وكالات الأنباء الإقليمية والوطنية:

قامت معظم دول العالم بإنشاء وكالات لخدمة وسائل الإعلام فيها ولكنها لم تتمكن من أن تشكل مصدرا بديلا للوكالات الكبرى رغم أن بعضها يمتلك القدرات المادية وشبكة مراسلين جيدة وتتمثل العقبات التي تعترض تلك الوكالات بما يلي:-

١- تبعية الوكالات للحكومات وهو ما يقلل ثقة وسائل الإعلام (خاصة الأجنبية) في أخبارها.

٢- المراسلين الخارجيين لهذه الوكالات يتم اختيارهم عادة طبقا لمعايير

لا علاقة لها بقدراتهم المهنية وهذا يجعلهم غير قادرين على تغطية الأحداث لذا فإنهم [يعتمدون للأحداث لا تختلف] عن تغطية الوكالات العالمية.

٣- تعمل الوكالات كحارس بوابة داخلي لأخبار الوكالات العالمية فهي تستبعد الأخبار التي تسيء إلى دولها وتختار التي تخدمها.

٤- الوكالات الوطنية تعمل وفقا لمعايير القيم الخبرية التي وصفتها الوكالات العالمية... وهذا شكل مهم من أشكال التبعية.

٥- قامت الوكالات العالمية بتشكيل كثير من الوكالات الوطنية في العالم الثالث (مثل أفريقا) وقامت بتدريب العاملين فيها.

٦- التبعية للوكالات العالمية.

مستقبل وكالات الأنباء:

هناك شواهد على أن سيطرة الوكالات لن تستمر طويلا منها:

١- تزايد عدد الناس الذين يطلعون على الأخبار عن طريق الإنترنت وهذا يهدد حتى الإعلام التقليدي.

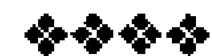
٢- ظهور مصادر إخبارية جديدة:

مثل MSNBC وأنشأتها ميكروسوفت وCNN وNBC توفر الأخبار على الإنترنت ،حيث تعرض ٣ مليون صفحة يوميا ، وتقدم تغطية سريعة ومتواصلة للأخبار وتوفر إمكانية التفاعل بين الجمهور والصحفي على صناعة الأخبار وتقود تحولا ثقافيا في أنماط التعامل مع الأخبار.

بالإضافة أنها ظهرت شركات أخرى شبيهة مثل New Century Network وغيرها من المؤسسات التي تقدم خدمات للصحف أيضا.

٣- التلفزيون وصناعة الأخبار:

ثورة الاتصال جعلت التلفزيون مصدرا أساسيا للأخبار والبداية كانت مع CNN وتغطية حرب الخليج سنة ١٩٩١ أدى نجاحها إلى ظهور محطات أخرى ،حيث أثرت هذه الظاهرة على صناعة الأخبار وأساليب جمعها وصياغتها ومن هنا سعت الوكالات إلى مواكبة هذا التطور ولكن الذي يظهر أن الأمور تتجه للحد من احتكار الوكالات مع احتمال ظهور الإعلاميين الجدد (لكن هذا لم يحدث لغاية الآن ،فما زالت الوكالات قوية..).



الأيديولوجية الغربية لصناعة الأخبار

معايير اختيار الأخبار ونشرها... لم تحاول المناقشة الكبرى الكشف عن الأيديولوجية الخفية التي تتم بناء عليها تصنيع الأخبار... إن عملية انتقاء الأخبار تتم بناء على معايير وضعتها الاحتكارات الغربية.. اسمها القيم الإخبارية.

بناء على هذه القيم يتم الحكم على صلاحية الخبر وأهميته النسبية وتفاصيله..... كما يتم بناء على هذه القيم نشر كل الأحداث في العالم (وليست فقط الوكالات).

لقد تم تبرير هذه المعايير اعتمادا على الصيغة التجارية فيتم إعطاء الجمهور ما يريده وتؤدي على زيادة توزيع الصحف (وزيادة مشاهدة التلفزيون) كما يتم تشكيل المعايير لتحقيق أهداف سياسية وثقافية وإيديولوجية ولذا فإن هذه القيم الخبرية هي أخطر أشكال التبعية.فالتحدي بالإضافة إلى تكنولوجيا تكمن في الفلسفة التي يتم بناء عليها إنتاج المضمون يذكر أن امتلاك التكنولوجيا لا يكفي ،فالمهم هو ما يتم إنتاجه من خلال هذه التكنولوجيا.

المعايير المذكورة تمثل مرآة مشاهدة للواقع وتعكس ما تريده أمريكا وأثرياء العالم دون النظر إلى الناس في الاتصال ،هذه القيم تدرس في الجامعات ،ويتم التدريب بناء عليها وتستخدم لتبرير الممارسات الصحفية.

أولا: القيم الخبرية والتشابه الإخباري:

هذه القيم تؤدي إلى تشابه المضمون في كل أنحاء العالم لكن المشكلة أنها وضعت لتلبي حاجة المواطن في دول الشمال ولكنها قد لا تلبي حاجات المواطن في دول الجنوب ، هذا الأمر يقلل قدرة الإعلام الجنوبي على النجاح وفي ظل وجود هذه القيم في الإعلام الشمالي والجنوبي فإن المناقشة تصبح صعبة.

هذه القيم هي:

١- التوقيت:

أي البحث عن المعلومة الجديدة الآنية ،حيث أدى ذلك إلى:

أ- تناقص القدرة على التأكد من صحة المعلومة ووقتها.

بـ- تناقص جودة المضمون.

ج- تناقص معرفة الجمهور (لأنه لا يحصل على معلومات كافية عن أي حدث).

د- تراجع مشاركة الفرد في شؤون الحياة.

هـ- تناقص القدرة على تحديد الموقف.

كما ظهرت في الغرب أصوات تدعو إلى البطء والمعالجة المعمقة للحدث والسرعة أدت أيضا إلى:

- نسيان الأحداث القديمة.
- تناقص القدرة على فهم العالم.
- تفاجأ العالم بالتطورات (مثل انهيار الإتحاد السوفيتي) وذلك لأن الأحداث الكبيرة تتشكل ببطء.
- تراجع دور الإعلام في التغيير والتأثير واكتشاف عوامل التغيير.
- السرعة تؤدي إلى التعتيم الإعلامي عن الأحداث (بشكل غير مباشر)، وذلك لأن السرعة قد تؤدي إلى عدم متابعة الأحداث بتسارع ويصبح الاهتمام بالحدث فقط عندما يحصل تطورات مفاجئة وهذا يؤدي أن تلجأ المحطات المختلفة إلى العنف لاستعادة اهتمام الإعلام والرأي العام بقضاياها.
- السرعة تؤدي أيضا إلى إهمال خلفية الحدث ووضعه في سياقه التاريخي

فتظهر منفصلة عن سـياقها وتظهر مشوهة وهذا يضعف قدرة المجتمعات على التغيير.

- السرعة ينبغي أن لا تلغي نشر الحقائق التي تكشف لاحقا.
- السرعة لا تدع مجالا للصحفي للبحث عن الحقائق الأخرى مثل انتهاكات حقوق الإنسان ومثل هذه الأخبار تنشر فقط بحق الدول المعادية لأمريكا.
- السرعة قد تكون أسلوبا لصرف الانتباه عن أمور أخرى.
- السرعة قد تكون أيضا أسلوبا لخلق صراعات جديدة وفبركة الأحداث.
- بالإضافة إلى إغـراق العالم بالمعلومات (ليـس كل المعلومات) وبالتالي تكريس الوضع القائم.

السرعة (التوقيت) قد يكون عنصرا من عناصر التضليل الإعلامي.

إن السرعة هي إنجاز حضاري ،لكن المهم الوعي بالآثار السلبية لهذا التطور إضافة إلى أن الدول النامية لا تستطيع أن تنافس غيرها في السرعة.

إذا الأمر يتطلب معالجة السلبيات المترتبة على السرعة كما يلي:

١- التغطية الشـاملة للأحـداث: التحليـل ،التفسـير ،إدارة الحـوار ،توصيل الآراء.

٢- التركيز على خلفية الأحداث لتحقيق فهم صحيح للحدث.

٣- المتابعة للحدث للوفاء بحق الجمهور بالمعرفة.

٤- الربط بين الأحداث بشكل عادل.

٥- زيادة الارتباط بين الإعلام والجماهير وذلك من خلال إشراك الجمهور في المناقشـة وهذا يعني الموازنة بين السـرعة وأنمـاط التحرير الأخرى مثل التحقيقات.

٢- النخبوية:

أي التركيـز على النخـب حتـى أصبح الإعـلام الدولـي نخبويا وهنـاك ثلاثة أشكال من النخبوية:

التركيز على دول النخبة:

كلما تعلق الخبر بالدول المتقدمة خاصة أمريكا وأوروبا زادت احتمالات بثه عبر وكالات الأنباء.

كذلك يتم ترتيب الأخبار حسـب نفس المفهوم (أخبـار دول النخبة ،مواطني النخبة ،وما يتعلق بها أولا ومن ثم اختيار دول العالم الثالث.

بالإضافة تبحث الـوكالات ووسـائل الإعلام عـن رؤية دول النخبـة (خاصة أمريكا) للأحداث.

أمر أخير هو أن تهم الأخبار المواطن (المستهلك) في دول التنمية.

وجد بعض العلمـاء أن الصحفيين الأمريكان يطبقون نظـام قيم أمريكي يقوم على ما يلي:

١ - **المركزية العرفية الأمريكية:** أي رؤية الأمور بعيون أمريكية.

٢ - **الديمقراطية الأمريكية:** أي تفضيل النموذج الأمريكي في الديمقراطية.

٣- **الرأسـمالية:** أي تفضيـل النظـام الرأسـمالي الأمريكـي [واعتبـار أن أي نظام آخر لا يؤدي إلى التقدم] وظهر هذا الأمر بشـكل واضح في العداء للشيوعية.

إذاً تحول النظام الإعلامي لتبرير السياسية الأمريكية وهذا الأسلوب أدى إلى شكل من أشـكال العزلة للشـعب الأمريكي وتناقص اهتمام الشـعب الأمريكي بالشـؤون الخارجية فقامت وسـائل الإعلام بتقليل اهتمامها بالشئون الخارجية

،فتناقصت قدرة الشعب على تحديد المواقف بين القضايا الخارجية وعلى التأثير في صنع القرار ، لذلك فإن السياسات هي تعبير عن رؤية النمطية السياسية وليست تعبيرا عن موقف الجمهور الأمريكي ،والإعلام الأمريكي يمارس التجهيل ولا يختلف بذلك عن الدول (المستبدة)(الأمريكان يسألون لماذا يكرهوننا؟.....الساسة والإعلام يجيبون بسبب رفاهيتنا وديمقراطيتنا).

إن أسلوب الإعلام الأمريكي أدى إلى عقدة التفوق وبالتالي أصبح الناس لا يرون حقائق الحياة وحقائق التاريخ ولا يرون أن الناس تكرههم بسبب الظلم والاضطهاد.

بالنسبة لدول الجنوب فإن الاعتماد على النخبة يخلق مشاعر سلبية تجاه نفسها وتجاه الدول المتقدمة.

تأثير التركيز في الإعلام على النخبة وتأثير ذلك على دول الجنوب:

١- خلق الشعور بالدونية.

٢- عدم القدرة على مفارقة السلطة الأمريكية.

٣- عدم القدرة على تنقيب التنمية الذاتية المستقلة.

٤- سيادة نمط الحياة الأمريكية.

٥- التبعية لدول الشمال.

٦- تكريس الاستعمار الثقافي.

التركيز على النخبة الرأسمالية والعالمية:

تحولت وسائل الإعلام إلى (وكالات للتحكم الاجتماعي لصالح النخبة السياسية والاقتصادية) فهي تبرر سيطرة هذه النخبة وتقنع الناس بالاستثمار في شركاتها.

الإعلام يتبنى مواقف إدارة الشركات ضد العمال ويقف ضد الانتقادات ومع الأغنياء ضد الفقراء ومع البيض ضد الملونيـن ،وضد حركات الاحتجاج وضد أحزاب اليسـار ومع الخصخصة وضد الثروات (التغيير) وتشـكل مناخا ملائما للشركات.

دول الجنـوب تتلقـى ذلـك وتتعامـل معه بـدون وعـي فالإعلام يفقـد بذلك وظيفـة التغييـر ولا يكشـف سـوء استغلال الرأسـمالية للبشـر ،من هنـا تتفجر الفضائـح والمشـاكل فجـأة ودون مقدمـات ،كذلـك وكالات الإعـلام أدوات لمؤسسـات رسـمية للتحكم بالاقتصاد مثل البنـك الدولي والصنـدوق الدولي ...... ولا تكشف أهدافها.

الأشخاص النخبة:

الإعلام يقدم بعض الناس كنماذج للسـلوك الإنسـاني وهـؤلاء يكونون عادة سياسـيين وأثريـاء ولذلك فإنهـم يعملـون على التلاعـب بالمعلومـات لضمان استمرار سيطرتهم على المجتمع (مصالحهم).

هناك سلبيات للتركيز عل النخب:

١- الصحفيون يتقاسمون قيما اجتماعية مع هذه النخب.

٢- تزايـد سـيطرة الشـركات الكبـرى وبالتالـي فإنهـا تفـرض سـيطرتها أو شروطها على الصحفيين.

الصحفيون يبررون التركيز على النخب بأن الأسـماء هـي التي تصنع الأخبار ويبالغـون فـي التركيز عليهـا كما حدث مثـلا مع (ديانـا) ويصرفـون الناس عن القضايا المهمة وأحيانا يحاولون كشف الفسـاد (مثل كلينتون) ولكنهم يحولون الأشخاص إلى أبطال ،ولكن هل هذه هي حاجة الجمهور؟..... طبعا لا.

في دول الجنوب يتم التركيز علـى النخب المغتربة (النخب السياسـية) وهي

*** للاستسلام للوضع القائم (الواقعية ،العقلانية ،عدم القدرة على مواجهة أمريكا...) ،ولذا فهي لا تمثل شعوبها ومصالحها (لأن لهم مصالح مرتبطة مع الغرب) ،أما النخب الثقافية فهي التي تركز على التسلية وتسعى إلى الكسب المادي ويصبحون نجوما ولكنهم لا يستطيعون الحفاظ على الهوية.

هذه النخب جميعا الآن لا تطالب بحرية التعبير ،وتعامل الناس على أنهم لا يفقهون وتغرق العالم بالمعلومات التي لا تتعلق بِهَمْ المواطن.

٣- السلبية:

الإعلام يفضل السلبية على الإيجابية (الأكثر جذبا) حيث أن أخبار دول الجنوب والدول الخارجية تدور غالبا حول الكوارث وهذا يظهرها وكأنها عاجزة عن أي إنجاز (وهو تشويه).

التركيز على الاضطرابات يؤدي إلى:

- إعطاء المشروعية للتدخل الأمريكي في تلك الدول لتحقيق أهداف إنسانية فيصبح الضمير العربي يقبل ذلك لأن العرب يمارس الإرهاب (رسالة الرجل الأبيض) أما فيما يتعلق بالعنف داخل تلك الدول فتصور على أنها إخلال بالنظام وتقدم صورة البطولة لدور الحكومة (بدلا من معالجة العنصرية والمشاكل......).
- تحقيق أهداف أيديولوجية وهي أنها تجعل الجماهير تشعر أن المجتمعات الغربية أفضل من غيرها وإن الديمقراطية الغربية والرأسمالية هي الحلول المنشودة.

٤- الشخصانية:

هناك شخصية للأحداث وربط الأمور بأشخاص وهناك نوعان من الأشخاص:

- **أشخاص معروفون:** رؤساء ،مرشحون ،مسؤولون.،مجرمون ومتهمون.
- **أشـخاص غير معروفيـن:** تفرض عليهم الأحـداث ظهورهـم مثل العنف وأعمال الشغب......

وسبب التركيز عليهم:

- سبب تجاري.
- سبب أيديولوجي.

ويتم التضحية أحيانا بالأشخاص للحفاظ على النظام وعدم كشف مساوئه.

التركيز على الأشـخاص يحرم الناس من الحق في المعرفـة ففي الانتخابات مثلا يتـم التركيز علـى المرشـح أكثر مـن البرنامـج وفـي الأزمات يتـم اختزال المشاكل في أشخاص(مثل الرئيس العراقي الراحل صدام حسين).

٥- الصراع:

الإعلام يركـز على الحـدث الذي يتضمـن صراعا مـع اعتبار الصـراع غريزة ولكن ربما يكون الهدف:

- تحقيق نجاح تجاري.
- أشغال الناس عن مشاكلهم وحاجتهم للتغير.

الإعـلام الغربـي يركـب الصراعات: فـي المناطـق ،بيـن الأجيال ، الجنسـية وهناك صراعات زائفة (الرياضة ،الأحزاب ،الجندر).

كذلـك صنـع الصـراع الخارجـي يمكـن أن يكـون هدفـه قبـول النـاس بالظلم الداخلي، على اعتبار أن الأولوية لتهديد الخارجي وهناك مشكلة أخرى وهي عدم تقديم معلومات عـن الصراعات الحقيقية كذلـك يتم تقديم الصراعات بأسـلوب استعراضي مسلي وليس "معرفي" مما يقلل قدرة الناس على مواجهة التهديدات.

٦- الإثارة:

هي التي تجذب انتباه اكبر عدد ممكن من الناس: الجنس ،الجريمة ،الفضائح على حساب الأخبار المهمة ،والهدف:

١- تجاري: مردوخ طرح (3s) ثلاثي الإثارة (الفضائح ،الجنس ،الرياضة).

٢- ثقافي: تعبيرا عن الحضارة الغربية ونتيجة ذلك:

- صرف الناس عن مواجهة التحكم من قبل الرأسمالية(الهروب).
- التعتيم على قضايا الشعوب فالخبر التافه يصبح أهم من الخبر المؤثر (بسبب الإثارة).
- تقديم العالم بصورة غير حقيقية وتقديم واقع مشوه والوصول إلى الواقع الافتراضي (الذي يراه الإنسان في خياله).

٧- التسلية:

- ونقصد هنا تحديدا البحث عن الأخبار المسلية ،فالخبر غير المسلي لا تتم تغطيته ،بما في ذلك الحروب.....أدى هذا الأمر لأن يصبح الفرد ساذجا.
- العالم بالنسبة له غير مفهوم (جمهور يضحك بدلا من أن يفكر) اندمج الاقتصاد مع الإعلام لإنتاج مادة التسلية (اقتصاد التسلية).
- تمر الصحافة في الغرب بأزمة هوية ،فدورها يتناقص في المجتمع والصحفيون غير راضين عن أدائهم فمادة التسلية (من وجهة نظرهم) عار، بل جريمة.

٨- الضخامة:

الوكالات تتجاهل آلاف الأحداث الصغيرة والضخامة تعني:

- ضخامة عدد المهتمين بالخبر (مما يعني حرمان قطاعات أخرى).
- ضخامة عدد من يشملهم الخبر ،كعدد القتلى.

ولكن الإعلام الغربي يميز الضحايا البيض أو الإسرائيليين عن غيرهم ويتم إهمال موت آلاف الأطفال بسبب سوء التغذية مثلا ،كما يتم إهمال مئات القتلى بأيدي الأمريكان أيضا ،لأن ذلك يؤثر على صورة أمريكا لدى الشعوب.

٩- العواطف: (الاهتمامات الإنسانية).

تزيد أهمية الخبر عند الحديث عن العواطف، الحب، الشفقة، الخوف، الكراهية، الجنس، الأطفال، النساء.

مثلا تم ربط الصورايخ العراقية على إسرائيل بمحرقة اليهود (التأثير على عواطف الأوروبيين)، التركيز على صور الأطفال في الأحداث (مثل العمليات الاستشهادية).

طبعا هذا الأسلوب يأخذ اتجاها واحدا، فلا يتم التركيز على الطرف الآخر الضحايا اليهود والأمريكان (لهم أسماء وأسر) أما الآخرون فهم مجرد أرقام، كذلك صور بوش، شارون..... يداعب كلبا أو طفلا ينسي المشاهد جرائمه.

١٠- التأثير:

البحث عما يؤثر على أكبر عدد ممكن من الناس فالأخبار التي نتيجتها غير واضحة يتم تجاهلها، الأخبار الداخلية يتم التركيز عليها، وتجاهل الخارجية.... من هنا يتم اختيار الأخبار التي تناسب الجمهور الغربي ويستهلكها جمهور دول الجنوب مما يؤدي إلى التبعية.

١١- الانحراف:

أي التركيز على الأخبار الغريبة، أي الغريب عن نمط الحياة الغربية وهذا يعني أن الهدف هو المحافظة على الأنماط السائدة... من هنا يتم التركيز على

بعض قضايا دول الجنوب وحتى بعض القضايا الداخلية للإيحاء بأنها تمثل انحرافا يجب محاربته.

١٢- الثقافة السائدة:

الأخبار تغطى من منظور ثقافي غربي يجمع اليهودية، المسيحية، الرجل البيض (عنصرية) ويتم الحكم على الأحداث من هذه الزوايا... ومن هنا يأتي الاستعلاء العرقي لدى الإعلام والإعلاميين الغرب.... ومن هنا يجب أن يكون هدف دول الجنوب هو تقديم تغطية شاملة متكاملة للأحداث.

ولتحقيق الرؤية الشاملة لابد من التركيز على ما يلي:

- التركيز على الأخبار المتعلقة بسعي دول الجنوب إلى التحرر والتنمية.
- الاهتمام بخلفية الأحداث لكشف دور الدول الاستعمارية في الأزمات.
- الاهتمام بمساعدة الجماهير على تفسير الأحداث.
- الاهتمام بعرض آراء الجماهير وتجاربها.... وعرض القضايا الإنسانية.
- الاهتمام بالمعلومات ذات القرب الحضاري والثقافي وتشجيع إمكانيات التعاون بين دول الجنوب.
- استخدام عنصر التأثير في انتقاء الأخبار ذات التأثير على شعوب دول الجنوب، والتي تحظى باهتمامهم.
- التركيز على الجوانب غير الشخصية للأخبار (الرؤية الشاملة).

❖❖❖❖

وكالات الأنباء في العالم

- اتحاد وكالات الأنباء الآسيوية
- اسوشيتد برس
- وكالة أنباء النرويج
- وكالة أنباء ايتارتاس
- وكالة أنباء رويتر
- وكالة أنباء نوفستي الروسية
- وكالة الأنباء الأسبانية
- وكالة الأنباء الألبانية
- وكالة الأنباء الألمانية
- وكالة الأنباء الإندونيسية
- وكالة الأنباء الإسلامية الإيرانية
- وكالة الأنباء الايطالية
- وكالة الأنباء البلجيكية
- وكالة الأنباء البلغارية
- وكالة الأنباء البولندية
- وكالة الأنباء التركية
- وكالة الأنباء التشيك
- وكالة الأنباء الدنماركية

- وكالة الأنباء الرومانية
- وكالة الأنباء السويدية
- وكالة الأنباء السويسرية
- وكالة الأنباء الصينية
- وكالة الأنباء الفرنسية
- وكالة الأنباء الفنلندية
- وكالة الأنباء القبرصية
- وكالة الأنباء الكندية
- وكالة الأنباء الكورية
- وكالة الأنباء الماليزية الوطنية
- وكالة الأنباء الهنغارية
- وكالة الأنباء الهولندية
- وكالة الأنباء اليونانية
- وكالة الأنباء السنغالية
- وكالة الأنباء الفيتنامية
- وكالة الأنباء الهندية
- وكالة الأنباء اليابانية
- وكالة الأنباء اليوغسلافية
- وكالة النمسا الصحفية
- وكالة انتربرس سرفس

- وكالة بلومبيرج
- وكاله الأنباء الاذربيجانية

الوكالات العربية

١- وكالة أنباء الشرق الأوسط (أ. ش. أ).

٢- وكالة الأنباء العراقية (واع) توقف بثها بعد الاحتلال الأمريكي للعراق ٢٠٠٣.

٣- وكالة الأنباء السورية (سانا).

٤- وكالة الأنباء الجزائرية (داج).

٥- وكالة الأنباء اليمنية (سبأ).

٦- وكالة الأنباء الأردنية (بترا).

٧- وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا).

٨- وكالة أنباء المغرب العربي (حاب).

٩- وكالة تونس أفريقيا (وات).

١٠- وكالة أنباء السودانية (سونا).

١١- وكالة أنباء الإمارات (وام).

١٢- وكالة الأنباء القطرية (قنا).

١٣- وكالة الأنباء الكويتية (كونا).

١٤- وكالة الأنباء الليبية (واقع).

١٥- وكالة الأنباء السعودية (واس).

١٦- وكالة الأنباء الصومالية (صونا).

١٧- وكالة أنباء عمان (العمانية).

١٨- وكالة أنباء الخليج (و. أ. خ).

١٩- وكالة الأنباء الموريتانية (وحص).

٢٠- اتحاد وكالات الأنباء العربية (فانا).

أهم شبكات الإعلام العالمية:

شبكة CNN:

لقد تغيرت عملية جمع الأخبار والمعلومات عالميا بسبب شبكة تيد تيرنر

الإخبارية CNNو بدأ عهد جديد في العمل الإخباري بعد أن أصبحت الحدود الوطنية غير ذات قيمة في عصر الأقمار الصناعية وشبكات الكابيل. ورغم أن دولا وشركات عديدة كانت قد دخلت السوق الإعلامي العالمي بخدمات إخبارية إلا أن أيا منها لم يحقق النجاح الذي حققته شركة تيرنر الإذاعية وجوهرتها الملكية(١).CNN

و تعد CNN، وهي قسم من شبكة تيرنر الإذاعية، الشبكة الرائدة عالميا في مجال الأخبار الدولية. وكانت شركة تايم وارنر قد اشترت في أكتوبر ١٩٩٦ شبكة تيرنر الإذاعية بمبلغ ٦، ٥٤ بليون دولار، وقد تولد عن هذا الاندماج مجموعة إعلامية عملاقة لا مثيل لها، تمتلك القدرة على التغطية الحية والفورية لأخبار العالم وبثها للجمهور في جميع أنحاء العالم. وقد لعبت CNN دورا رياديا في ابتكار أساليب جديدة للعمل التليفزيوني واقتحام مناطق جديدة في مجال صناعة الأخبار التليفزيونية، من خلال سعيها لتقديم تغطية خبرية فورية متعمقة وغير متحيزة.

ويعمل في شبكة CNN والشبكات المرتبطة بها نحو ٣٠٠٠ شخص في جميع أنحاء العالم، ولها تسع مكاتب محلية و٢١ مكتبا عالميا. وتتميز بعدد

من المزايا، فإلى جانب إطلاقها شبكة عناوين الأخبار CNN Headline News والشبكة العالمية CNN Iفقد أنشأت قسما للراديو CNN Radioيقدم الأخبار والبرامج الإخبارية إلى نحو خمسمائة محطة راديو تغطي جميع أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية وفي عام ١٩٨٨ أطلق هذا القسم خدمة Noticiero CNN I التي تنتج ست ساعات من الأخبار باللغة الإسبانية، وتقوم بتوزيعها الشبكة العالمية CNN I داخل الولايات المتحدة وفي دول أمريكا اللاتينية.

وفي عام ١٩٩٥ انطلقت CNN إلى الفضاء الافتراضي وأصبحت مواقعها التفاعلية CNN interactive على شبكة الإنترنت الأولى على مستوى العالم في مجال الخدمات الإخبارية التفاعلية و غطت CNN العديد من الحروب والأزمات والأحداث العالمية نذكر منها:

زيارة الرئيس الروسي جورباتشوف للصين. ولأن هذه الزيارة مثلت أول قمة بين زعيمي اكبر دولتين شيوعيتين في العالم، فقد تسابقت الشبكات التليفزيونية الأمريكية الكبرى على تغطيتها. وقد منح مذيع شبكة CNN برنارد شاو تصريحا لإنشاء أستوديو مؤقت للشبكة في بكين، في موقع قريب من فندق شيراتون، وفد أقامت CNN محطة أرضية متحركة مرتبطة بالأقمار الصناعية لكي تستطيع نقل رسائل -شاو- الإخبارية إلى المركز الرئيسي للشبكة في مدينة أطلنطا بولاية جورجيا بالولايات المتحدة

حرب الخليج: كانت CNN مستعدة جيدا لأن تكون وسيلة الإعلام الأولى في العالم التي تقدم تغطية لأزمة الخليج ١٩٩١ ولم تنقل CNN أحداث العدوان على العراق فقط ولكن نقلت أيضا اجتماع الرئيس العراقي صدام حسين بالرهائن البريطانيين. وعندما الملك حسين ملك الأردن، إذاعة بيان عن أزمة الخليج، قامت CNN ببثه على الهواء مباشرة. وبدأ زعماء العالم يتصلون ببعضهم البعض حول أزمة الخليج من خلال CNN، كما كان هؤلاء الزعماء في أمريكا الشمالية وأوروبا والشرق الأوسط يعرفون تطورات الحرب لأنهم

كانوا ملتصقين معا بالتغطية الحية لشبكة CNN.

و قد خلقت حرب الخليج نجما صحفيا بارزا من صحفي شبكة CNN وهو Peter Amett فقد تم منح CNN تصريحا بالبث الحي من بغداد.

و تابعت الشبكات التلفزيونية الأمريكية الأخرى بحسد شبكة CNN وهي تقدم التغطية الحية العالمية الوحيدة من خلف خطوط العدو. وقد انضم برنارد شاو إلى طاقم CNN في بغداد لكي يقدم تغطية للأحداث على مدار الأربع والعشرين ساعة.

و لعل ما جعل حرب الخليج الحدث الأكثر محورية في نجاح شبكة CNN هو أنها لم تكن فقط الشبكة الأولى ولكن أيضا الوحيدة من بين الشبكات التليفزيونية التي سمح لها الطرفان (العراق والسلطات العسكرية الأمريكية) بالاستمرار في البث، بينما حرمت الشبكات التليفزيونية الأوروبية والأسيوية المماثلة من الوصول إلى الخطوط الأمامية من الجبهة.

لقد كانت حرب الخليج لحظة مشوقة في تاريخ CNN حتى أن زعماء الدولتين المتحاربتين اعترفوا أنهم كانوا يتابعون الحرب على شاشة CNN، وأن CNN كانت تفسر الحرب.

هيئة الإذاعة البريطانية

(BBC) British broadcasting Corporation

تأسست هيئة الإذاعة البريطانية BBC في عام ١٩٢٢ وبدأت البث في عام ١٩٢٣ كشركة راديو خاصة، ولكنها سرعان ما تعثرت. وفي مطلع عام ١٩٢٧ تحولت الهيئة إلى شركة عامة عندما تدخلت الحكومة البريطانية للحفاظ على الوسيلة الإعلامية الجديدة. ومنذ ذلك الحين لم يسع راديو BBC إلى الحصول على عائدات الإعلان معتمدا بدلا من ذلك على مصدرين خارجيين للتمويل، الأول من الحكومة البريطانية في صورة منحة مالية سنوية، والثاني رسوم

الترخيص الخاصة بأجهزة استقبال الراديو. وقد استمرت هذه الرسوم عند ظهور التليفزيون في المملكة المتحدة ولازالت قائمة حتى اليوم.

و قد التزمت هيئة الإذاعة البريطانية BBC منذ نشأتها بأن تكون إذاعة خدمة عامة. وقد لخص اللورد جون ريث، وهو واحد من أوائل المديرين في BBC، رسالة الهيئة فيما يلي:

أن الإذاعة يجب أن تكون في المستقبل خدمة عامة كما في الماضي، بمعايير محددة. إن هذه الخدمة يجب ألا تستخدم لأغراض التسلية فقط.... إن استخدامها بشكل عالمي وكبير في التسلية فقط لن يكون تخليا منها عن مسؤولياتها وإساءة لاستخدام قوتها ن ولكن أيضا إهانة للجماهير التي تخدمها.

و قد أصبح التركيز على البرامج رفيعة المستوى مبدأ أساسيا لهيئة الإذاعة البريطانية، و أصبحت BBC نموذجا للدول الأخرى عندما بدأ الراديو في الانتشار في جميع أنحاء العالم.

و قد كان عدد كبر من الدول جزءا من شبكة المستعمرات السابقة التي عرفت بالكومنولث البريطاني، فالبريطانيون لم ينقلوا لهذه الدول أنظمتهم المدنية، ولغتهم الإنجليزية، ونظامهم الملكي فقط، ولكن قاموا أيضا بنقل نموذج إذاعة الخدمة العامة ونموذج BBC.

و قد اكتسبت BBC مكانة دولية كبيرة وجماهيرية واسعة من خلال تقريرها رفيعة المستوى التي كانت تذيعها خلال الحرب العالمية الثانية، إذ كانت الصوت العالمي للحرب العالمية الثانية دون منافس. كما اكتسبت تأثيرا وقوة سياسية ضخمة.

وعلى مدى سنوات ما بعد الحرب العالمية الثانية كان لدى BBC القدرة على الحد من نمو الإذاعات التجارية المنافسة في المملكة المتحدة.

شبكة كولومبيا للبث

(CBS) أو OLUMBIA BROADCASTING SYSTEM)

هي من أشهر شبكات التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية. امتلكت الشركة سابقاً من قبل فياكوم (VIACOM)، وبعد الانفصال عنها نهاية عام ٢٠٠٥ أصبحت الآن من ضمن شركة CBS بدأت الهيئة عام ١٩٢٧ في الإذاعة، وعام ١٩٣٩ في التلفزيون. تعتبر الهيئة واحدة من كبرى الشبكات التلفزيونية الأربع في الولايات المتحدة، مع ABC، وNBC، وفوكس.

هيئة الإذاعة الوطنية

NBC أو (NATIONAL BROADCASTING COMPANY)

هي شبكة راديو وتلفزيون أمريكية تقع في مركز روكيفيلر في مدينة نيويورك. تسمى أحياناً باسم بيكوك نيتوورك (PEACOCK NETWORK) بمعنى "شبكة الطاووس" بسبب شكل شعارها. بدأت الشبكة كمحطة إذاعية عام ١٩٢٦، وأول برنامج تلفزيوني بث في عام ١٩٤٤. هيئة الإذاعة الوطنية هي جزء من NBC يونيفيرسال التي تعتبر وحدة من وحدات جينيرال إلكتريك

شبكة فوكس التلفزيونية بالإنكليزية:

(FOX BROADCASTING COMPANY)

شبكة تلفزيونية أمريكية. تمتلكها مجموعة فوكس الترفيهية "FOX ENTERTAINMENT GROUP" وهي جزء من المجموعة الإخبارية "NEWS CORPORATION" لروبرت مردوخ عملاق الإعلام الأسترالي. انطلقت شبكة فوكس في ٩ أكتوبر ١٩٨٦، واستمر تطورها لتصبح أكثر الشبكات مشاهدة من قبل المشاهدين الشبان.

اسم "فوكس موفيز" مقرها في مدينة دبي للعلام وتبث على القمر [عربسات] و[نايلسات] وتظهر أيضاً في عدة دول منها اليابان، إيطاليا، إسبانيا، البرتغال، أمريكا الجنوبية باسم "فوكس موفيز".

هيئة الإذاعة الأمريكية

(ABC أو AMERICAN BROADCASTING COMPANY)

هي شبكة تلفزيون وإذاعة في الولايات المتحدة الأمريكية. تأسست عام ١٩٤٣ من شبكة NBC الزرقاء السابقة، وتملكها الآن شركة والت ديزني. مقرها موجود في مدينة نيويورك، ولكن مكاتب البرمجة في بوربانك، كاليفورنيا، بالقرب من استوديوهات ومقر شركة والت ديزني.

تاريخ

يعود تاريخ هيئة الإذاعة الأمريكية إلى عام ١٩٢٦، عندما قامت الهيئة الإذاعية الأمريكية (RCA) وعدة شركات أخرى بتأسيس هيئة الإذاعة الوطنية (NBC) لتشغيل شبكة بث إذاعية في الولايات المتحدة. هيئة الإذاعة الوطنية توسعت بسرعة كبيرة بحيث في عام ١٩٢٨ وجدت نفسها مع المؤسسات الفرعية الكثيرة في نفس المدن، لذا قسمت برمجتها إلى شبكتين منفصلتين دعتا الشبكات الحمراء والزرقاء. بعد أن أعلنت لجنة الاتصالات الاتحادية في عام ١٩٤١ أنه لا يمكن لشركة أن تمتلك أكثر من شبكة إذاعية واحدة، هيئة الإذاعة الوطنية باعت الشبكة الزرقاء إلى إدوارد نوبل، المليونير صانع حلوى "المنقذين" (LIFE SAVERS)، الذي غير اسمها إلى "هيئة الإذاعة الأمريكية" (AMERICAN BROADCASTING COMPANY). في السنة التالية غير اسم الشركة إلى "هيئة الإذاعة الأمريكية المحدودة" (ABC).

في عام ١٩٥٣، قامت مسارح باراماونت المتحدة، ذراع السينما في باراماونت، بالاندماج مع هيئة الإذاعة الأمريكية، وبذلك أصبح إدوارد

نوبل مالك عدة مئات من دور السينما الأمريكية (التي بيعت العديد منها في عام ١٩٧٤). زود الاندماج هيئة الإذاعة الأمريكية بالمبالغ اللازمة لتوسيع حضورها في الوسط الجديد للتلفزيون، وأصبحت واحدة من الشبكات التلفزيونية الرئيسية الثلاث بسرعة. من أوائل الستينات، شبكة ABC التلفزيونية كانت هيئة إذاعية رئيسية للألعاب الرياضية؛ الإعادة الفورية طورت من قبل مهندسي هيئة الإذاعة الأمريكية في ١٩٦١. في ١٩٥٥ هيئة الإذاعة الأمريكية دخلت عمل الفونوغراف القياسي بشراء شركة تابعة، وعلى مر السنين، ضمن قسم تسجيلات ABC. في عام ١٩٧٩ قسم التسجيلات بيع وبدأ قسم الفيديو. في عام ١٩٨٥ شركات هيئة الإذاعة الأمريكية تم شراؤها من قبل كابيتال سيتيس كوميونيكيشنس المحدودة. بين عامي ١٩٩٥ و١٩٩٦ كابيتال سيتيس/ ABC المحدودة اكتسبتها شركة والت ديزني لقاء ١٩ مليار دولار أمريكي، وبذلك خلقت جهاز الإعلام وشركة الترفيه الأكبر في العالم.

الفروع

- ABC الأخبار (ABC NEWS)
- ABC الأسرة (ABC FAMILY)
- ABC الأطفال (ABC KIDS)
- ABC الرياضة (ABC SPORTS)
- ABC الإذاعة (ABC RADIO)

الحرة

قناة فضائية مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية وتمولها الحكومة الأمريكية بدأت البث في ١٤ فبراير، ٢٠٠٤ وتصل إلى ٢٢ بلد عبر الشرق الأوسط. ومثل كل أشكال الدبلوماسية العامة الأمريكية، فإن القناة ممنوعة من

البث في داخل الولايات المتحدة نفسها بسبب قانون سميث موندت ١٩٤٨ بشأن بث الدعاية الدبلوماسية.

التطوير

الأب المؤسس لقناة الحرة هو نورمان جويل باتيز الذي كان عضوًا حينها في مجلس إذاعة المحافظين (بي بي جي). حيث أشرف على خدمات الإذاعة الحكومية الدولية غير العسكرية مثل إذاعة صوت أمريكا، وإذاعة راديو أوروبا الحرة، وإذاعة راديو آسيا الحرة

التمويل

ميزانية السنة الأولى لها كانت ٦٢ مليون دولار أمريكي وأكثر من ٤٠ مليون دولار أمريكي لقناة خاصة بالشأن العراقي تعرف باسم "الحرة عراق". في ٢٠٠٦، طُلبت ميزانية أخرى بقيمة ٦٥٢ دولار أمريكي للتغطية التي تشمل العرب والأوروبيين. ذكرت دافانا لينزنر أن دافعي الضرائب الأمريكيين دفعوا ٥٠٠ مليون دولار تقريبًا لتمويل القناة

البث

القناة تشغلها منظمة غير ربحية تدعى ميدل إيست برودكاستنغ نيتوورك، إنك. والتي تمول من مجلس إذاعة المحافظين (بي بي جي).

- عدد طاقم الحرة هو ٢٠٠ شخص. أغلبهم جاء إلى الولايات المتحدة من دول عربية وكانوا يعملون لقنوات تلفزيونية منافسة.
- من ضمن المشاريع الأخرى ذات التمويل المشترك راديو سوا.

مكان البث هو سبرينفيلد في فيرفاكس، فرجينيا قرب واشنطن.

البرامج

تبث الحرة طوال ٢٤ ساعة يوميًا. ومثل باقي مليكات بي بي جي، فإن قناة الحرة خالية من الإعلانات التجارية. بالإضافة إلى قيامها ببث الأخبار الإقليمية والدولية، فإن القناة تبث برامج عن عدة مواضيع، مثل عن حقوق النساء، وحقوق الإنسان، والحريات الدينية، حريات التعبير، والصحة، والأخبار الترفيهية، والأخبار الرياضية، والعلم والتقنية. كما تقوم ببث برامج معروفة داخل الولايات المتحدة وعالميًا مترجمة للعربية مثل: فرونت لاين، مودرن مارفيل، ستون دقيقة. وغيرها.

على مدار عمرها، استضافت الحرة العديد من السياسيين البارزين والصحفيين والمثقفين في مقابلات فردية. تضمن الضيوف قاضي المحكمة العليا أنتوني سكالين، مستشار الأمن القومي السابق ساندي بيرجرز، فرانسيس فوكياما، رئيس الوزراء الفلسطيني سلام فياض، أحمد كوري، سليفان شالوم، مير شيتريت، توم فريدمان، ديفيد بروكس، ماري تالين، جلال طالباني، بول فلوكير، جون بولتون، والرئيس الأمريكي السابق جورج دبليو بوش. كما استضافت آخرون خلال تغطيتها السياسية مثل تيري مكأوليف، جو ليبرمان، سوزان تيرنبول، روبرت زمميرمان، ستيف ميرفي، ديفيد كورن، بيتر فين، مايكل ستيل، توني كوهلو، إيلنور كليفت.

من برامج القناة

- اليوم - برنامج مباشر يبث لمدة ٣ ساعات من خلال ٥ بلدان في ثلاث قارات هي: القدس، دبي، بيروت، القاهرة، ومقر الحرة في سبرينغفيلد. البرنامج يزود المشاهدين بآخر الأخبار من الشرق الأوسط، والولايات المتحدة، والعالم. بالإضافة إلى أخبار الصحة، والأخبار الترفيهية، والأخبار الرياضية، والقضايا الاجتماعية والثقافية، والأخبار التقنية. كما

يتضمن البرنامج لقاءات مع سياسيون ورياضيون وكبار رجال الأعمال وفنانون عرب.

- هن - برنامج أسبوعي يناقش خلال ساعة مع نساء عربيات القضايا الاجتماعية ولسياسية التي تعتبر حساسة في المنطقة العربية.
- مساواة - برنامج حواري أسبوعي يتكلم في العمق عن حقوق النساء في منطقة الخليج.
- حكايات مع أكرم خوزام - وسلسة وثائقية أسبوعية تدور حول القضايا الاجتماعية والثقافية في البلدان العربية. كالبطالة، وعمالة الأطفال، والأمية، والختان والهجرة إلى الغرب.
- حديث الخليج برنامج حواري أسبوعي يتكلم عن القضايا التربوية والاجتماعية والسياسية المهمة التي تواجه بلدان الخليج.
- أمريكيون - برنامج يقدم سير حياة رجال ونساء يمثلون الروح الأمريكية ونظرتهم نحو المستقبل.
- من وول ستريت - برنامج أسبوعي يعرض أخبار الاستثمارات والتطورات الحاصلة في أسواق المال العالمية. يعتبر البرنامج أول برنامج عربي يبث بالعربية من سوق نيويورك للأوراق المالية.
- لتعلَم - برنامج أسبوعي يقدم نخبة من تقارير "ستون دقيقة" المتنوعة في مختلف المجالات التي تهمّ المشاهد العربي.
- FOCUS - سلسة أسبوعية تدور حول مواضيع عدة تشمل العلم، والسياسة، والثقافة، والعمل والفنون.
- المجلة - برنامج وثائقي يركز على التاريخ الأمريكي المتنوع. البرنامج يتكلم عن عصر نهضة هارليم، والحقوق المدنية الأمريكية، والهندسة

المعمارية، والرياضات الشاقة، والفنون وأساليب حياة المواطنون الأمريكيون في كافة أنحاء الولايات المتحدة. كما يقدم قصص العرب الأمريكيين الذين نجحوا في حياتهم.

- الحرة تقدم – مقابلة أسبوعية لمدة ساعة مع صانعي الأخبار البارزين في الشرق الأوسط.
- رمية حرة – برنامج أسبوعي عن أهم أخبار الرياضة.
- آي تك (I-TECH) – برنامج إخباري أسبوعي يعرض آخر أخبار التقنية كالحاسوب وتقنية المعلومات والمقابلات مع العديد من خبراء التقنية من حول العالم.

المشاهدة

تتنافس الحرة مع أكثر من ٥٥٠ قناة فضائية ناطقة باللغة العربية في الشرق الأوسط. ونتيجة لذلك، كافحت الحرة منذ انطلاقتها عام ٢٠٠٤ للحصول على مشاهدين لها ولبرامجها وسط السوق العربية الفضائية المزدحمة. الاستطلاعات السنوية التي تجريها بي بي جي بينت أن معدل مشاهدة قناة الحرة الأسبوعي قد ارتفع بنسبة ٢٨٪ ما بين ٢٠٠٤ و٢٠٠٨ بنسبة مشاهدة بلغت ٢٥ مليون مشاهد استطلاعات أجرتها منظمات البحث الدولية مؤخرًا بينها نيسلن كشفت بأن مشاهدي الحرة بشكل أسبوعي هو ٢٦ مليون مشاهد في الفترة من ٢٠٠٩ وحتى ٢٠١١. غير أن هذا الرقم يعتبر قليلاً إن تمت مقارنته بنسبة مشاهدة قناة الجزيرة القطرية التمويل أو قناة العربية السعودية التمويل. إلا أنه يعتبر الأكبر بين القنوات الأخرى الموجهة للعرب مثل (سي إن إن عربية، بي بي سي عربي، فرانس ٢٤) مجموعة

في استطلاع أجري بجامعة ميرلاند وزوجنبي الدولية وجد أن نسبة مشاهدة الحرة في أغلبية البلدان العربية كمصر، والمغرب، والأردن، والمملكة العربية

السعودية، ولبنان، والإمارات العربية المتحدة، فإن نسبة مشاهدة الحرة كانت ٢٪ في ٢٠٠٨. وأصبحت ١٪ في ٢٠٠٩

في استطلاع أجرته بي بي جي في فبراير ٢٠١١، كشف أن ٢٥٪ من المصريين في القاهرة والإسكندرية تابعوا الحرة أثناء ثورة ٢٥ يناير المصرية وهو أكبر من الجزيرة التي شوهدت ٢٢٪ في ذلك الوقت. قد تكون الحرة قد تفوقت على الجزيرة في نسبة المشاهدة نظرًا لقيام النظام المصري السابق قبل سقوطه بتعطيل إشارة استقبال الجزيرة في كل الترددات عبر قمر نايل سات.

انتقادات للحرة

قناة الحرة رغم كل محاولات التزويق كانت وستبقى بوق غير متوازن للترويج لأخطاء الإدارات الأمريكية وتبريرها ابتداء من العراق الذي احتلته أمريكا مرورا بفلسطين وبقية أجزاء الوطن العربي التي نكبت بالسياسات الأمريكية المنحرفة والمنحازة ضد العرب والمسلمين.

انتقدت الحرة بسبب مذيعي الأخبار وتغطيتها. في مناسبات عديدة، تكلمت قناة الحرة عن قضايا لم تسمح بها الحكومة الأميركية. على سبيل المثال، أعلن أحد مذيعي المحطة في عيد الفصح أن " اليوم يسوع عاد للحياة" لجمهور المحطة المسلم في المقام الأول.في ديسمبر ٢٠٠٦، أيضا، غطت الحرة المؤتمر الذي نفى محرقة الهولوكوست. وبثت القناة خطاب غير منقح لمدة ساعة طويلة من أمين عام حزب الله حسن نصر الله. وعينت موظفين لبنانين بمؤهلات منخفضة. ذكرت أخبار سي بي اس أنه كان من المفترض بأن المراسل الذي غطى مؤتمر المحرقة أن يطرد بعد ذلك التقرير. في الواقع، أخبر مجلس المحافظين الكونغرس بأنه (المذيع) قد طرد. مع ذلك، وبعد التحقق، وجدت أخبار سي بي اس أنه لم يطرد. حتى طلبت معلومات عن وجوده على جدول الرواتب الحكومية بعد ١٨ شهرا من طرده المزعوم

في ٢٠٠٤، عندما قتلت غارة جوية إسرائيلية الشيخ أحمد ياسين، واصلت الحرة عرض برنامج للطبخ ولم توقفه لمناقشة آخر الأخبار. في برنامج ٦٠ دقيقة وصحيفة بروبليكا قيل "يبدو أن هناك القليل من الرقابة يوميا". ونقلت الصحيفة عن وليام رو السفير الأميركي السابق في اليمن ودولة الإمارات العربية المتحدة قوله "لا يوجد هناك مشرفين كبار يعرفون ما هو على البث الفعلي".

أشار بيان صادر عن مكتب المفتش العام في الولايات المتحدة أن المفتشين "استمعوا إلى تقارير ثابتة عن سوء التواصل في عملية الأخبار".أنتقد المفتش الرئيسي بشكل ثابت نائب رئيس المحطة دانيال ناصيف الذي سلط الضوء في تقارير عن "قضايا إدارة غرفة الأخبار التي تم الإبلاغ عنها للمفتشين التي نشأت خلال فترة ولايته أو لا تزال غير مستقرة من وقت سابق".أدى زواج عمل عدة موظفين إلى اتهامات بالمحسوبية بما في ذلك توظيف زوجة ناصيف في المحطة.

الإدراك في الشرق الأوسط

تم تصوير الحرة في الشرق الأوسط بشكل سلبي إلى حد كبير. ووفقا لتقرير لخدمة أبحاث الكونغرس للكونغرس بعنوان "شبكة تلفزيون الشرق الأوسط: نظرة عامة"، فإن الحرة تلقت ردود فعل متباينة من النقاد العرب. من بين الانتقادات كانت الخيول التي تعرضها الحرة في فترة الإعلان جنبا إلى جنب مع اسم المحطة كرمز يعني ضمنا أن المشاهدين العرب ليس لديهم بدائل. في إشارة إلى أن وسائل الإعلام تسيطر عليها الدولة ووفقا لمارتن جوستين، وهو مراسل ل كولومبيا جورناليسم ريفيو يعمل كمراسل في الشرق الأوسط في القاهرة "أكثر الأشياء المنتقدة في الحرة، هي أن الكثير من العرب لا يعرفون أنها موجودة وكثير من أولئك الذين يجدونها يعتقدون أنها أداة من أدوات الجيش الأمريكي. وهذا الافتراض هو سابق لأوانه. ولكنه معقول بالنظر إلى أنها وجدت لتحسين صورة أميركا في العالم العربي في أعقاب غزو العراق. والاتجاه الشامل لوسائل الإعلام العربية تجاه الحرة بما في ذلك قناة الجزيرة

وموقـع إسـلام أون لاين، هو رفـض الحـرة ووصفها بأنهـا "منحرفـة، ومتعالية ومتغطرسـة أطلقت لتلميـع صورة الولايـات المتحدة فـي المنطقة. فـي منتدى الإعلام العربي في دبي يوم ١٢ مايو، ٢٠١٠ ذكرت جو كوناسـن بأنه هو نفسه، ورئيس المعهد العربـي الأميركي جيمس زغبي، ومدير قنـاة الجزيرة الإنجليزية صالح نجم وغيرهم، اتفقوا علـى أن "الولايات المتحدة عرضت الحرة بشـكل خاطئ للغاية.كما لاحظ كونسـن أنه "بدلا من تصحيح أو إلغـاء نموذج الدعاية المعيبة التي تسـتعملها القنـاة، فإن المجلس الذي يشـرف على الحرة سـيطلب المزيد من المال".

بالإضافة إلى انتقادات المتافسـين والحكومات، فإن الحرة ينظر إليها بشـكل سـلب من الجمهور المسـتهدف. وليـام رو، في شـهادته أمـام لجنـة العلاقات الخارجية بمجلس الشـيوخ في ٢٠٠٤، أشـار إلـى أن الأبحاث قـد أظهرت أن المشـاهدين العرب لديهم انطباع إلـى أن المحطة كانت أمريكيـة المنحى" كما لاحظ المشـاهدون أيضا اللغة المسـتخدمة في تغطيـة الأخبار التـي "لا تتطابق مع معظـم القنـوات العربيـة". أشـار رو أيضـا إلـى أن الانطبـاع الأول حصلت عليـه الحرة من العـرب كان بعـد مقابلة الرئيـس الأمريكي جـورج دبليو. بوش مباشـرة بعد تنصيبه. ورأى "أن القنـوات العربية التي تملكهـا الحكومات تولي أهمية دائمة لتصريحات رؤسـاء دولهـا. ومقابلة بوش فيما يـبدو أظهرت الحرة باعتبارها واحدة من القنـوات المملوكة للحكومة"وفي الآونـة الأخيرة وجدت دراسـة أجراها مركز جامعة جنوب كاليفورنيا في الدبلوماسية العامة في مدرسة أننبرغ وجـدت فـي عـام ٢٠٠٨ أن برامج الحـرة كانـت ضعيفـة، وتفتقـر إلى للجمهور. وينظر إليها على أنه منحاز.

❖❖❖❖

الهيمنة الصهيونية على الإعلام العالمي

- يسيطر الصهاينة على الكثير من وسائل الإعلام في أوروبا وأمريكا، وعلى رأسها: الصحف، وَوَكالات الأنباء، والشبكات التلفزيونية.
- خمسَ عشرَة صحيفةً بريطانية تقع تحت سيطرة اليهود، وتوزِّع ٣٣ مليون نسخة يوميًّا.
- أشهَرُ شبكات البث التلفزيوني في العالم تحت سيطرتهم.
- يشوهون صورة العرب في الإعلانات التجارية التي يسيطرون على وَكالاتها العالمية.
- تسعون بالمائة من العاملين في الحقل السينمائي الأمريكي من اليهود.
- اليهود يستخدمون الانحلال الخلقي، ونشرِ الدعارة، والفسادِ في بسط سيطرتهم على العالم.
- تَغلغَلوا في هيئة الأمم المتحدة بأجهزتها وفروعها منذ نشأتها لتنفيذ مخططاتهم.

سيطرةُ اليهود على الكثير من الأجهزة الإعلامية العالمية، وكذا المؤسسات الدولية – أمر لا يستطيع أحد إنكارَه؛ فهم يعملون ليلَ نهارَ لتحقيق هدفهم المنشود في السيطرة على العالم، واحتواءِ شعوبِهِ، وقد خططوا لذلك في "بروتوكولاتهم الخبيثة"، وأحكموا التخطيط، وبذلوا الجهد الكبير، حتى تربَّعوا على عرش الإعلام والاقتصاد العالميِّ.

ولا شكَّ أن نفوذهم في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية لعِبَ – وما زال يلعَب – دورًا خطيرًا وخبيثًا في الكيد للإسلام والمسلمين، من خلال تغَلغُل الأفعى اليهودية في وسائل الإعلام والسياسة، وهي في طريقها للسيطرة على العالم.

السيطرة على وسائل الإعلام:

خطط اليهود للسيطرة على وسائل الإعلام العالمية على مدى سنوات طويلة لتحسين صورة اليهوديِّ في أعيُن الناس، ولم يجدوا وسيلة لذلك إلاَّ السيطرةَ على وسائل الإعلام العالمية؛ ففي عام ١٨٩٧م كان المؤتمر الصهيوني الأوَّل الذي انعقد برئاسة "تيودور هيرتزل" في مدينة (بازل) بسويسرا - نقطةَ تَحوُّلٍ خطيرةً؛ إذ أبدى المجتمعون أن مُخطَّطهم لإقامة دولة إسرائيل لن يُكتَب له النجاح إذا لم يتم لهم السيطرةُ على وسائل الإعلام العالمية، خاصةً الصحافةَ؛ ولذا فقد جاء في "البروتوكول الثاني عشر" من "بروتوكولات حكماء صهيون" قولُهم: "سنعالج قضية الصحافة على النحو التالي:

- سنمتطي صَهوَة الصحافة، ونكبح جماحها.
- يجب ألا يكون لأعدائنا وسائلُ صحفِيَّة يعبرون فيها عن آرائهم.
- لن يصل طرف من خبر إلى المجتمع من غير أن يمرَّ علينا.
- ستكون لنا صحف شتى تؤيد الطوائف المختلفة من أرستقراطية، وجمهورية، وثورية، بل وفوضوية أيضًا.
- يجب أن نكون قادرين على إثارة عقل الشعب عندما نريد، وتهدئتِهِ عندما نريد.
- يجب أن نشجع ذوي السوابق الخلقية على تولي المهام الصُّحفية الكبرى، وخاصةً في الصحف المعارِضة لنا، فإذا تبيَّن لنا ظهور أية علامات عصيان من أي منهم سارعنا فورًا إلى الإعلان عن مخازيه الخلقيَّة التي نَتستَّر عليها، وبذلك نقضي عليه ونجعلَه عِبرَة لغيره".

والواقع أنه لم تكد تمضي سنوات قليلة على صدور تلك القرارات حتى كان اليهود يسيطرون على الكثير من وسائل الإعلام في أوروبا وأمريكا.

اليهود والصحف البريطانية:

ففي بريطانيا يسيطر اليهود على عشرات الصحف مثل "التايمز"، و"الصنداي تايمز"، ومجلة "صن" ومجلة "ستي ما غازين"، وغيرها، وقد نُشِرَت إحصائيَّةٌ عامَ ١٩٨١م تُشِير إلى أن مجموع ما توزِّعه كل يوم ١٥ صحيفةً بريطانيةً واقعةً تحت السيطرة الصهيونية - في بريطانيا وخارجَها - يبلغ حوالَي ٣٣ مليون نسخة.

وفي أمريكا تقذف المطابع يوميًّا بـ ١٧٥٩ صحيفة يتلقَّفها ٦١ مليون أمريكي، بالإضافة إلى ٦٦٨ صحيفة أسبوعية تصدُر يوم الأحد، ويُشرِف على توزيع هذا العدد الهائل من الصحف حوالي ١٧٠٠ شركة توزيع يسيطر اليهود سيطرة كاملة على نِصفِها، وسيطرة أقل على النصف الباقي.

وفي فرنسا لا يزيد عدد الجالية اليهودية على ٧٠٠ ألف نسخة، ومع ذلك فإنهم يتمتَّعون بنفوذ كبير على الحياة السياسية والاقتصادية، وتلعب وسائل الإعلام التي تقع تحت سيطرتهم المباشرة أو غير المباشرة دورًا فعَّالاً في تكريس النفوذ الصهيونيِّ في فرنسا.

إن السيطرة الصهيونية على وَكالات الأنباء العالمية، مثل "رويتر" الذي أسسها اليهودي "جوليوس رويتر"، و"الأسو شيتدبرس" التي تقع تحت سيطرة الصهيونية، ووكالة "هافاس" الفرنسية التي أسسها أحد اليهود وأصبحَتْ الوكالةَ الرسْميَّة لفرنسا.

السيطرة على صناعة السينما:

سيطرَ اليهود على صناعة السينما والتلفزيون والمسرح والثقافة؛ سيطرة شبه تامة على شركات الإنتاج السينمائي، وتشير بعض الإحصائيات إلى أن أكثر من ٩٠٪ من مجموع العاملين في الحقل السينمائي الأمريكي: إنتاجًا، وإخراجًا، وتمثيلاً، وتصويرًا، ومونتاجًا - هم من اليهود.

كما يسيطر اليهود على شبكات التلفزيون الأمريكية، وهي أقوى الشبكات في العالم؛ حيث تقع في معظمها تحت نفوذ اليهود، وقد امتدت أذرُع الأخطبوط الصهيوني إلى المسارح أيضًا، وتحكمت في توجيهها.

محاربة الإسلام:

ويستخدم اليهود كل هذه الوسائل في تنفيذ خُطَطهم، وفي محاربةِ الإسلام، والإساءةِ إلى أهله، حتى في الإعلانات التجارية التي يسيطرون على وكالاتها العالمية؛ حيث يحاولون إظهار الرجل العربي فيها بصورة الهمجيِّ أو الأبله أو الغارق في شهواته.

إن الواضح في سياسات دول أوربا وأمريكا والكتلة الشيوعية؛ فاليهود في بريطانيا قوَّةٌ كبيرة تسيطر على اقتصاديات البلاد، وبنوكِها، وشركاتِها التجارية والصناعية، وما يحدث في بريطانيا يحدث في فرنسا وفي أمريكا؛ حيث سيطر اليهود على مجريات الأمور في السياسة الفرنسية والأمريكية، وهم يسيطرون سيطرة كاملة على الاقتصاد الأمريكي، وعلى التعليم، وعلى النقابات العمالية والمهنية.

وقد بلغ عدد المنظمات اليهودية والصهيونية في أمريكا حوالي ٣٤٠ منظمةً شرعيَّةً، وفي الاتحاد السوفيتي - ومنذ الأيام الأولى للثورة الشيوعية - استولى اليهود على السلطة، وانتقموا من الشعب الروسي، وكان أعضاء المجلس الشيوعي الذي حكم روسيا زمنَ "ستالين" سبعةَ عشَرَ، منهم أربعةَ عشرَ يهوديًا.

نفوذهم في المؤسسات الدولية:

كان النفوذ الصهيونيّ في المؤسسات الدولية كهيئة الأمم المتحدة بأجهزتِها وفروعها المختلفة... أنَّ اليهود قد تغلغلوا في تلك المؤسسات منذ نشأتِها، فتحكَّموا في مركز القيادة بها، وأصبحت مجريات الأمور في تلك المؤسسات بأيديهم يُسيِّرونها كما يشاؤون لتنفيذ مخططاتهم اللَّعينة.

أما عن الوسائل الأخرى التي اتَّبَعَها اليهود لبسط نفوذهم على العالم، ومنها

الجنس؛ فهم في سبيل سيطرتهم على أموال العالم، أباحوا كل الطرق التي تؤدِّي بهم إلى ذلك، وبدؤوا في عملية تصدير الفتيات اليهوديات إلى جميع مواخير العالم في أوروبا وأمريكا، وهناك جمعيات يهودية منظَّمة تتولى هذه التِّجارَة الرخيصة.

وهم يستخدمون الجنس أيضًا للحصول على "أسرارٍ ومعلومات" من الزبائن الكبار الذين يحضرون إلى إسرائيل بدعوة مِن حكومتها.

ومن وسائلهم بعد الجنس، ونشر الفسوق والفجور، وتدمير الأخلاق - العملُ على نشر الجاسوسيَّة في مختلِفِ أنحاء العالم؛ فهناك مئات الجواسيس اليهود الذين يحملون جنسياتٍ أمريكيةً أو بريطانية أو فرنسية، ويفدون إلى البلاد العربية وغيرها في شكل ممثِّلين دبلوماسيينَ أو مفاوضين أو مستشارين فنِّيِّين وثقافيِّين، وهدَفُهم الأساسي استكشاف أسرار البلاد وأحوالها وتسخِيرِ مَن يستطيعون من أبنائها لخدمة أهداف الصهيونية.

ويشير د حسن السوداني إلى أن واقع الإعلام بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر يمكن أن يلخص في الآتي:

١- في المجال السينمائي ظهرت العديد من الدراسات التي حاولت الوقوف على ما حدث وتحليله، وقد مزجت هذه الدراسات بين ما قدمته السينما الأمريكية منذ السبعينات وحتى الآن من أفلام خيالية قدمت العنف والجريمة والإرهاب معتمدة على روايات وقصص شهيرة، وبين الأحداث الواقعية التي جرت في الحادي عشر من سبتمبر، على اعتبار أن النص الأدبي (رواية، قصة) يمكنه (أن يدمج متلقيه في تركيبة ملامحه).

٢- في المجال التلفزيوني أظهر التلفزيون دوراً كبيراً في تجسيد مبادئ العنف والإرهاب ولاسيما بعد الانتشار الهائل للفضائيات، وسيطرة

الإعلام الغربي على أغلب هذه القنوات الفضائية مباشـرة، أو عن طريق كثرة الإنتاج للأفلام والمسلسلات والبرامج الإخبارية.

ومن الملاحـظ أن ذلك قد أدى إلـى بث ثقافة سـلوكية خاصة لدى الإنسـان الغربـي تجـاه العنـف بالإضافـة إلـى تشـويه صـورة العربـي المسـلم باعتبـاره المسؤول عن كل ما يحدث من اضطرابات في بلاد الغرب.

على سـبيل المثال اسـتغل اللوبي الصهيوني أحداث الحادي عشـر من سبتمبر في الولايات المتحدة الأمريكية في ربط هذه الأحداث بالإسلام، وبعد ربع ساعة من وقوع الأحداث ظهر رئيس الوزراء الإسـرائيلي (أريل شـارون) على شاشات التلفزيون العالمية معلناً مسؤولية العرب والمسلمين عن هذه الأحداث.

على الجانب الآخر تم تشـكيل صورة منافقة، وغير صحيحة قطعت أوصالها بالمونتاج لبعض الشـعوب العربية ترقص وتغني فرحاً لهـذه الأحداث التي راح ضحيتها العديد من الأبرياء، والتي يشجبها أي مسلم ويرفضها الإسلام.

على الجانـب الآخر منعت وسـائل الإعـلام الدولي ظهور أي مسـئول عربي ليعبر عن الموقف العربي الحقيقي نحو هذه الأحداث. ولعل المسـتفاد من هذه العوامل ليس اسـتغلال اللوبي الصهيوني لهذه الأحداث فحسب بل لعدم قدرة وسـائل الإعلام العربية والإسـلامية في إدارة التعامـل مع هذه الأزمـة إعلاميا، وهذا يلزم البحـث في ابتكار أدوات وأسـاليب جديـدة للتعامـل إعلاميا مع ما يسـتجد من أزمات، فضـلاً عن أهميـة وجود إعلام إسـلامي مبـادر وقائي يقوم على الرصد والتحليل للواقع الدولي الراهن.

كذلك وجود العديد من العوامل التي صورتها وسـائل الإعـلام الأوربية فيما يعرف بظاهرة (الخوف من الإسلام)التي أجملها د. محمد بشاري في الآتي:

١- الخطر الذي يمكن أن يجسـده العالم الإسـلامي في حالة تملك أسـلحة نووية، ويبرز هذا مع نماذج كل من باكستان والعراق.

٢- أيضاً الأيديولوجية الشيوعية وتحول الصراع إلى صراع حضارات منها حضارة الإسلام، وما يزيد من تعقيد الأمور عند صناع القرار الغربي أن الوضع مختلف مع الإسلام ؛ لأنه دين عالمي ويمكن لمعتنقيه الوصول إلى قلب أوربا، وإن يروجوا لقيمه ومبادئه.

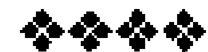
٣- المواجهة التاريخية بين العالم الإسلامي والدول الأوربية لفترات طويلة، التي يصطلح عليها في الأدبيات الأكاديمية (بالحروب الصليبية)، إضافة إلى أنها تصاعدت في العشرين عاماً الأخيرة، خاصة بعد أزمة البترول في السبعينات لتسهم في استفحال أحكام سيئة مسبقة عن الإسلام.

٤- ظهور تيارات في أوربا تدعو لتضييق فرص العمل لأبناء الوطن وحدهم، والخوف من مزاحمة المهاجرين المسلمين بهدف البحث عن فرص العمل، كما يدعي جان ماري لوبين رئيس الجبهة الوطنية (Front national) في فرنسا.

٥- انتشار الثقافة الإسلامية إلى حد أنها أصبحت ظاهرة مميزة لأفقر أحياء المدن الغربية، وخاصة في الضواحي حيث تقطن الأقليات المسلمة ويتم وصف الظاهرة في وسائل الإعلام الأوربية (بتسلل العدو القديم من الباب الخلفي).

٦- تأييد وسائل الإعلام الغربية لإسرائيل أدى إلى التعامل مع النضال الذي يمس القضايا العربية والإسلامية، مثل الكفاح الفلسطيني. على أنه نضال ذو طابع إرهابي، ولا تخرج وسائل الإعلام الغربية عن الأحكام المشوشة للعديد من الأكاديميين الغربيين، تلصق تهمة الإرهاب بالإسلام، وعلى رأس هؤلاء المستشرف الأمريكي (برنارد لويس) الذي لا يجد أي حرج في استخدام الإسلام مصطلحاً للتحديد في المناقشة، والتصنيف في مناقشة موضوع الإرهاب.

٧- مخلفات عمليات اختطاف الرهائن في لبنان وإيران، والاغتيالات التي تعرض لها مواطنون غربيون في مصر والجزائر. وفي تقديري فإن ظاهرة الخوف من الإسلام جاءت لتراكمات عديدة، أولها: الإعلام الغربي ومن يقف ورائها وثانيها: عدم وجود خطاب إعلامي إسلامي متزن وموحد تجاه العلاقة مع الغرب، إلى جانب ما يعانيه المسلمون من اغتراب ثقافي، وعدم وعي بعضهم بأهمية التجديد والتحديث في الأفكار بما يتفق مع وجهة الإسلام في الكتاب والسنة، ومع ما يقتضيه فقه الواقع وحسن التعامل معه. فالأزمة هي أزمة فكرية وحضارية قبل أن تكون أزمة في تعامل الغرب مع الإسلام.



شبكات التواصل الاجتماعي

شبكات التواصل الاجتماعي هي خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ولمشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين.

معظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات. ومن الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغيّر كبير في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات. وتلك الشبكات الاجتماعية تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي وتنقسم تلك الشبكات الاجتماعية حسب الأغراض فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى تجمع أصدقاء العمل بالإضافة لشبكات التدوينات المصغرة، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً facebook و MySpace وtwitter ولايف بوون وهاي فايف وأوركت وgoogle+.

مميزات الشبكات الاجتماعية

١- **العالمية**: حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتحطم فيها الحدود الدولية، ببساطة وسهولة.

٢- **التفاعلية**: فالفرد فيها مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية في الإعلام القديم - التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

٣- **التنوع في الاستخدام**: يستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه،

والكاتب للتواصل مع القراء...

٤- **سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.

٥- **التوفير والاقتصادية:** اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليست ذلك حكراً على أصحاب الأموال والنفوذ والسلطات.

أنواع الشبكات الاجتماعية

تتعد تقسيمات الشبكات تبعاً للخدمة المقدمة أو الهدف من إنشائها إلى الأنواع التالية:

A- تقسيم الشبكات حسب الاستخدام والاهتمام إلى ثلاثة أنواع رئيسة:

١- شبكات شخصية

هي شبكات تستخدم شخصيات محددة وأفراد ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء صداقات فيما بينهم، مثل (facebook).

٢- شبكات ثقافية

تختص بفن معين وتجمع المهتمين بموضوع أو علم معين، مثل: Library thing.

٢- شبكات مهنية

تهتم وتجمع أصحاب المهن المتشابهة لخلق بيئة تعليمية وتدريبية فاعلة، مثل linkedin.

B – هناك تقسيم ثالث، يقسم الشبكات الاجتماعية إلى قسمين:

١- شبكات داخلية خاصة (Internal Social Networking):

ويتكون هذه الشبكات من مجموعه من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط وليس غيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في أنشطته من تدوين وتبادل آراء وملفات وحضور اجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة، مثل شبكة (linked in).

٢- شبكات خارجية عامة (External Social Networking):

وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الإنترنت، بل صممت خصيصاً لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع، مثل شبكة Facebook.

c- كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات وطريقة التواصل إلى ثلاثة أنواع:

١- شبكات تتيح التواصل الكتابي.

٢ – شبكات تتيح التواصل الصوتي.

سيناريو يوضح عمل الشبكات الاجتماعية:

١- التسجيل في شبكة اجتماعية معينة.

٢- البحث عن الأصدقاء وتوجيه دعوات لهم.

٣ – صديق جديد يُضاف لقائمة الأصدقاء لديك.

٤- من خلال الاطلاع على قائمة الأصدقاء، يمكن التواصل مع أصدقاء أصدقائك.

٥ - صديقك، يجدك في قائمة صديق آخر له ويضيفك لقائمة أصدقائه.

٦ - تشارك في مجموعة اهتمام، تتعرف على شخص جديد تشترك معه في اهتمامات مختلفة تضيفه لقائمتك.....وهكذا..

نشأة الشبكات الاجتماعية

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل Classmates.com عام ١٩٩٥ للربط بين زملاء الدراسة وموقع SixDegrees.com عام ١٩٩٧ وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص. وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام ١٩٩٩ و٢٠٠١. ومع بداية عام ٢٠٠٥ ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من google وهو موقع MySpace الأميركي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام ٢٠٠٧ بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حالياً يتجاوز ٨٠٠ مليون مستخدم على مستوى العالم.

تلك الشبكات الاجتماعية أصبحت محل الدراسة للكثير من الدارسين في مجال المجتمعات والباحثين في عدد من المواضيع مثل الخصوصية والهوية ورأس مال المجتمعات واستخدامات المراهقين.

أنواع الشبكات الاجتماعية

نوع أساسي

و هذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع فيس بوك وماي سبيس

مرتبط بالعمل

و هو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.

مميزات إضافية

هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر Micro Blogging مثل موقع تويتر وبلارك والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كايت.

أنواع الشبكات الاجتماعية حسب طبيعتها

١- مواقع التواصل الاجتماعي المتعارف عليها.

٢- المدونات. (صفحة ويب على الإنترنت تهر عليها التدوينات - مدخلات - مؤرخه ومرتبه ترتيباً زمنياً تصاعدياً) تستخدم لنشر وتلقي الأخبار والتفاعل معها سواء كانت أخبار شخصيه أو عامه. أمثله: - blgger – word press

٣- الويكي.

الشبكات الاجتماعية عربياً

هنـاك بعـض الشـبكات الاجتماعيـة العربية التـي ظهـرت مؤخـراً ولكنها لا ترقى لمنافسـة الخدمات التي تقدمها الشـبكات الاجتماعية الكبـرى ومن أمثلة تلك الشـبكات الاجتماعية العربية مكتوب وهو من أكبر وأشـهر المواقع والتي طورت في نظامها شـبكة اجتماعية تجمع مسـتخدمي الموقع وتقدم لهم العديد من الخدمات، ومن الشـبكات العربية الأخرى إخوان بوك وشـبكة مدينة وفايع وإكبس وSerirZ ولملم لحفظ الروابط المفضلة.

الشبكات الاجتماعية والأعمال

لا تتوقف الشـبكات الاجتماعية فقـط عند الربط بين الأصدقاء والأشـخاص بل هناك شـبكات تجمـع صنـاع الأعمـال وأصحـاب الشـركات والعاملين بها والمثال الأشـهر على ذلـك موقـع لينكد إن والـذي جمـع أكثر مـن ٢٠ مليون مستخدم وأكثر من ١٥٠ حرفة مختلفة.

و من خلال تلك الشـبكات يمكن للمسـتخدم كتابة سـيرته الذاتيـة في مجال تعليمـه وعملـه ويمكـن أن يدعـو أصدقـاءه لتزكيتـه لأشـخاص آخريـن لبـدء مجالات عمل جديدة فيمـا بينهم، لذلك فتلك الشـبكات تعتبر مـن المجالات التي تتسم بمستقبل كبير بعيداً عن صراع الشبكات.

أشهر روابط الشبكات الاجتماعية

- فيس بوك
- ماي سبيس
- هاي فايف
- لينكد إن

- تويتر
- برايت كايت
- هالول
- اكس بوكس
- ديليشيوس
- فريندستر
- كاوتش سيرفينج

نظرية الشبكات

هو مجال من علوم الحاسوب وعلوم الشبكات وجزء من نظرية الرسوم البيانية. لها تطبيقات في العديد من التخصصات بما في ذلك فيزياء الجسيمات، وعلوم الكمبيوتر، البيولوجيا، الاقتصاد، بحوث العمليات، وعلم الاجتماع. تهتم نظرية الشبكة بدراسة الرسوم البيانية كتمثيل للعلاقات المتماثلة أو، بشكل أعم، للعلاقات الغير متكافئة بين كائنات منفصلة. تطبيقات نظرية الشبكة تشمل شبكات الدعم اللوجيستي، شبكة الويب العالمية شبكة تنظيم الجينات، وشبكات الأيضية، والشبكات الاجتماعية، والشبكات المعرفية، بالإضافة للعديد من التطبيقات الأخرى.

تحسين الشبكات

يتم دراسة مشاكل الشبكة التي تنطوي على إيجاد أفضل طريقة لفعل شيء ما تحت مسمى التحسين التوافقي. ومن الأمثلة على ذلك تدفق الشبكة، مشكلة الطريق الأقصر، مشكلة النقل، مشكلة الشحن، مشكلة المكان، مشكلة التطابق، مشكلة التعيين، مشكلة التعبئة، مشكلة التوجيه، تحليل المسار الحرج وبيرت (تقنية تقييم ومراجعة البرنامج).

تحليل الشبكات

تحليل الشبكة الاجتماعية

تربط تحليل الشبكة الاجتماعية العلاقات بين أفراد في الشبكة الاجتماعية. في كثير من الأحيان يكون هؤلاء الأفراد أشخاص، ولكن يمكن أن يكونوا مجموعات (بما في ذلك الزمر والكتل المتماسكة) والمنظمات والدول القومية، ومواقع الويب، أو الاستشهادات بين منشورات علمية.

لتحليل الشبكات، وتحليل حركة المرور المماثل لها، استخدامات كبير في جمع المعلومات الاستخباراتية. يمكن تحديد هيكلها من خلال رصد أنماط الاتصال بين عقد الشبكة. يمكن استخدم هذا لكشف شبكات المتمردين الهرمية الشكل أو التي من دون قيادة.

تحليل الشبكة البيولوجية

اكتسب تحليل الشبكات الجزيئية اهتماما كبيرا بعد الانفجار الأخير لحجم البيانات البيولوجي المتاحة للعامة. هذا النوع من التحليل يرتبط ارتباطا وثيقا بتحليل الشبكات الاجتماعية، ولكن غالبا ما يتركز على الأنماط المحلية للشبكة. على سبيل المثال، يتم تمثيل زخارف الشبكة، هي رسوم بيانات فرعية، بشكل أكثر في الشبكة. زخارف نشاط مماثلة على تمثيل الأنماط في سمات العقد وحواف في الشبكة التي هي أكثر من ممثلة نظرا لهيكل الشبكة.

تحليل الترابط

تحليل الترابط هي مجموعة فرعية من تحليل الشبكات تستكشف الصلات بين الكائنات. على سبيل المثال: كجزء من تحقيقات الشرطة، النظر في عناوين المشتبه فيهم والضحايا، وأرقام الهواتف التي تم الاتصال منها والمعاملات المالية التي قاموا بها في خلال فترة زمنية معينة، والعلاقات العائلية بين هذه

المواضيع. في هذه الحالـة، يقدم تحليل الترابط معلومات قيمة وحاسـمة حول العلاقات بين كائنـات كثيرة جدا ومن أنـواع مختلفة لا تكـون واضحة من قطع معزولة من المعلومات. وبداء الاعتماد على أجهزة الكمبيوتر التي تقوم بتحليل الترابط بشـكل متزايد من قبـل المصارف وشـركات التأمين لكشـف الاحتيال، ومن قبل مشغلي الاتصالات في تحليل شبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية، ومن قبل القطاع الطبي في مجال علم الأوبئة وعلم الصيدلة، ومن قبل الشـرطة في التحقيقات، من قبـل محركات البحـث لتحديد أهمية المعـدلات ومن قبل قراصنة الإنترنـت لتحديد لسبامديكسـينغ ومن قبل أصحاب الأعمال لتحسـين إظهار أعمالهم فـي نتائج محركات البحث، وفي أي عمـل يتطلب تحليل ترابط العلاقات بين العديد من الكائنات.

تحليل ترابطات الويب

تسـتعمل خوارزميات ترتيب عـدة بحث ويـب مقاييس مركزية مسـتندة على الارتباط، بما فـي ذلك بحـث مارشـيوري الفائق هو فـرط بحـث، غوغل بايج رانـك ترتيـب الصفحة، خوارزميـة كلينبيـرج وخوارزميـة، تراسـت رانك. كما يجري تحليـل الترابـط فـي علـوم المعلومات وعلـوم الاتصـال من أجـل فهم واسـتخراج المعلومات من بنيـة مجموعات مـن صفحات الويب. على سـبيل المثال قد يكـون التحليل حـول ترابط مواقع ومدونات السياسـيين على شـبكة الإنترنت.

مقاييس مركزية

يمكن الحصول علـى معلومات حـول الأهمية النسـبية للحـواف والعقد في رسـم بياني عـن طريق مقاييـس مركزيـة والتي تسـتخدم علـى نطاق واسـع في تخصصات مثل علم الاجتماع.

انتشار المحتوى على الشبكات

ينتشر محتوى الشبكات المعقدة بطريقتين رئيسيتين: انتشار محفوظ وانتشار غير محفوظ في الانتشار المحفوظ، فإن الكمية الإجمالية للمحتوى الذي يدخل شبكة معقدة يبقى مستقرا. أفضل تشبيه لانتشار المحفوظ هو تدفق الماء من جرة تحتوي على كمية محددة من المياه التي يتم صبها في سلسلة من الأقماع متصلة بواسطة الأنابيب. هنا، تمثل الجرة المصدر الأصلي كما تمثل المياه انتشار المحتوى. وتمثل الأقماع العقد بينما تمثل الأنابيب الوصلات بين العقد. عندما تمر الماء من قمع إلى آخر، يختفي الماء على الفور من القمع السابق. في الانتشار الغير محفوظ، يتغير المحتوى عندما يدخل ويمر من خلال شبكة معقدة. أفضل تشبيه للانتشار الغير محفوظ هو ماء يتدفق من صنبور يمر من خلال أقماع متصلة بواسطة أنابيب. هنا، كمية المياه من المصدر الأصلي لانهائية. ويبقى كل قمع ممتلئ بالماء حتى بعد انتقاله إلى قمع آخر. نموذج الانتشار الغير محفوظ هو النموذج المناسب لشرح انتقال الأمراض المعدية.

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين

يشير الباحث محمد المنصورفي دراسته عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين بأنه لم يعد خفيا على أحد مدى أهمية دور وسائل التواصل الاجتماعي في حياتنا اليومية، وفي تأثيرها المباشر وغير المباشر، على العامة ولاسيما على وسائل الإعلام المسماة تقليدية، بحيث باتت مصدرا لا يستهان به للمعلومة وللخبر، بالرغم من عدم دقتهما ومصداقيتهما في اغلب الأحيان هذا الدور، فرض نفسه بقوة، ووضع وسائل الإعلام التقليدية أمام تحديات جمة، ومن بينها التنافس على السرعة في تقديم المعلومة إلى الناس، مع ما تقتضيه من مسؤولية التحقق من صحتها ومصداقيتها، ومدى ملائمتها للموضوعية والدقة، وقابليتها للنشر أو البث".

"وهذا التنافس، المشروع أساسا، بهدف كسب أعلى نسبة من المستمعين والمشاهدين والمتصفحين، لغايات ربحية ولإقناع المعلنين،

استطاعت التقنيات الجديدة، وبسرعة كبيرة، أن تقلب المعادلة الكبرى التي قامت عليها تلك العملية وتأسست في ضوئها النظريات الأساسية الكبرى المفسرة للعمل الإعلامي. ومن أبرز شواهد ذلك، ظهور شبكات التواصل الاجتماعية التي غيرت تماما من نمطية تدفق المعلومات الإعلامية والاتصالية في المرحلة التقليدية للعمل الإعلامي. وبات (الفرد) منتجا ومرسلا ومستقبلا في ذات الوقت، فقام باذلك مقام عناصر الاتصال كافة في العملية التقليدية للإعلام. ولم يتوقف الأمر عند هذا الحد، بل تجاوزه إلى أن يكون هذا النمط الجديد للتواصل الاجتماعي، أقوى وأبلغ في التعامل مع قضايا وموضوعات الرأي العام، تشكيلا، وتعزيزا، وتغييرا، وهو الأمر الذي أثبتت الدراسات العلمية، إضافة إلى الشواهد الملحوظة في الواقع الإنساني المعاصر، أنه قد تجاوز تلك القدرة التي كانت توصف (بالهائلة) في التأثير على الرأي العام، للوسائل التقليدية في عقود مضت، إلى قدرات فائقة الكفاءة.هذه التحولات الكبرى في استخدام تقنيات الاتصال الجديدة من قبل المجتمعات المعاصرة، وعلاقة هذا الاستخدام بقضايا وموضوعات الرأي العام،

خدمات الشبكات الاجتماعية هي خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات أ،و للبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين.

معظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات. ومن الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغيّر كبير في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات.

وتلك الشبكات الإجتماعية تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي وتنقسم تلك الشبكات الاجتماعية حسب الأغراض فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى تجمع أصدقاء العمل بالإضافة لشبكات التدوينات المصغرة، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً فيس بوك وماي سبيس وتويتر ولايف بوون وهاي فايف وأوركت.

تعريف

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب ٢,٠ تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة... إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

تصنّف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب ٢,٠ لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها. كما تتنوّع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس.

النشأة والبداية

عند الحديث عن الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت، لا يمكننا إغفال موقعين هما من أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثرها انتشارا وتوسعا، موقع " ماي سبيس MYSPACE " و" الفيس بوك FACEBOOK ". على عكس ماي سبيس، الفيس بوك بدأ بداية غريبة من نوعها حيث تم إنشاءه

بواسـطة طالب في إحدى الجامعات يدعـى MARK ZUCKERBERG وكان يهدف من إنشـاء هـذا الموقع إلـى إيجاد وسيلة للتواصـل بين طـلاب جامعته الحاليين والخريجين.

قام وقتها وبجهود شـخصية إلى إدخال كافة أسـماء الطلاب إلى الموقع ومن ثـم دعوتهم للانضمام والاسـتفادة مـن الخصائـص المقدمة عن طريـق الموقع والتعرف علـى زملاءهم السـابقين والحاليين. الفكرة لاقت رواجا وسـرعان ما انتشـرت في أوسـاط طلاب الجامعات، توسع نشـاطها بعد ذلك لتقوم بمنافسة مجموعة شـبكات اجتماعية أخرى كانت موجودة في تلك الفتـرة في الولايات المتحـدة. مـن عـام ٢٠٠٤م وحتـى عـام ٢٠٠٩م يقارب عـدد المسـجلين في الموقع ٢٠٠ مليون مستخدم.

في الوقـت الراهن، أصبحـت الشـبكات الاجتماعية وسـيلة فعّالـة للتواصل الاجتماعـي كمـا أنهـا تتيـح - بفضل مـا تتمتـع بـه مـن ذكاء - ربطـك بزملاء وأصدقاء لـم فقدت الاتصال معهم منذ فترة طويلة.

الشـبكات الاجتماعيـة، تمامـاً كمحـركات البحـث - والتـي تـزداد فعاليتها كلما زادت عـدد المعلومات والمواقـع التي تقوم بفهرسـتها والمـرور عليها - الشبكات الاجتماعية هي الأخرى تظهر قوتها كلما ازداد عدد المسجلين فيها.

قـد تكـون الشـبكات الاجتماعية فـي المسـتقبل القريـب أول وسـيلة يمكن اللجـوء إليها فـي حالـة رغبة شـخص أو جهة مـا التواصل مـع فرد مـن الأفراد والبحث عنه.

موقـع مثـل LINKEDIN يتيـح للشـركات الوصـول لملاييـن المسـتخدمين المحترفين كما أيضاً يتيـح للمحترفين في مختلف المجـالات لتلقي العروض الوظيفية وتكوين علاقات عمل مع زملاء من مختلف أنحاء العالم.

أنواع الشبكات الاجتماعية

١- نوع أساسي

و هذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع فيس بوك وماي سبيس وهاي فايف

٢- مرتبط بالعمل

و هو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.

٣- مميزات إضافية

هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر MICRO BLOGGING مثل موقع تويتر وبلارك والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كايت.

الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية

المتابع والمستخدم للشبكات الاجتماعية يجد أنها تشترك في خصائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها. أبرز تلك الخصائص:

- **الملفات الشخصية**: الصفحات الشخصية (PROFILE PAGE): ومن خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد،

الاهتمامات والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات. يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخراً، من هم أصدقاءه وما هي الصور الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات.

- **الأصدقاء**: العلاقات CONNECTIONS / (FRIENDS): وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين. الشبكات الاجتماعية تُطلق مسمى " صديق " على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى " اتصال أو علاقة " على هذا الشخص المضاف لقائمتك.
- **إرسال الرسائل**: وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.
- **ألبومات الصور**: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق حولها.
- **المجموعات**: تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر وألبوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ EVENTS أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين.

- **الصفحات:** ابتدعت هذه الفكرة الفيس بوك، واستخدمتها تجارياً بطريقة فعّالة حيث تعمل حالياً على إنشاء حملات إعلانية موجّهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين وتقوم الفيس بوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمين بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم إن وجدوا اهتماماً بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.

سيناريو يوضح عمل الشبكات الاجتماعية

١- تقوم بالتسجيل في شبكة اجتماعية

٢- تقوم بدعوة زملائك بأكثر من طريقة:

- إدخال بريدهم الإلكتروني وإرسال دعوات لهم بشكل يدوي.
- إدخال رقمك السري واسم المستخدم الخاص ببريدك الإلكتروني ليقوم نظام الشبكة الاجتماعية بالتعرف على قائمة الاتصال لديك ومعرفة الأشخاص المسجلين في الشبكة الاجتماعية من مَن هم في قائمة الاتصال لديك فيرشدك لملفاتهم الشخصية، ومَن منهم لم يسجل فيتيح لك إرسال دعوة لهم.
- تبحث في محرك البحث الخاص بالشبكة الاجتماعية عن زملائك عن طريق إدخال أسمائهم في محرك البحث، أو تقوم بتصفح الشبكات (شبكة مدرستك أو جامعتك أو مدينتك) لترى المنتمين لها وعن طريقها تصل لزملائك أو أصدقائك.

٣- صديق جديد يُضاف لقائمة الأصدقاء لديك.

٤- من خلال الاطلاع على قائمة أصدقائه، تجد أنك تعرف صديق آخر، فتقوم بإضافته.

٥- صديقك، يجدك في قائمة صديق آخر له ويضيفك لقائمة أصدقائه

٦- تشارك في مجموعة اهتمام، تتعرف على صديق جديد تشترك معه في اهتمامات مختلفة تضيفه لقائمة أصدقائك.

الشبكات الاجتماعية وتغيير الإنترنت

تلعب الشبكات الاجتماعية في الفترة الحالية دور عام ومهم لدى مستخدمي الإنترنت، هذا الدور يمكن تلخيصه بالمدة التي يقضيها المستخدم في تصفح واستخدام الشبكات الاجتماعية وكذلك كمية المعلومات التي يقوم المستخدمين بضخها في تلك المواقع ونشرها وتبادلها.

الشبكات الاجتماعية حققت أعلى نسبة في جانب الوقت الذي يمضيه مستخدم الإنترنت الأمريكي على شبكة الإنترنت، ففي إحصائية تمّت بين شهر فبراير للعام ٢٠٠٧ م، وفبراير ٢٠٠٩م تقارن النسبة التي يمضيها المستخدمين الأمريكيين في تصفح: قوقل، ياهو، ماي سبيس وفيس بوك أظهرت النتائج أن مستخدمي الإنترنت يمضون الجزء الأكبر في تصفح ماي سبيس وفيس بوك. إضافة إلى ذلك، يقابل التصاعد الواضح في نسبة الوقت الذي يمضيه المستخدمين في استخدام شبكة اجتماعية مثل الفيس بوك، تدني حاد لنسبة مستخدمي شبكة اجتماعية أخرى وهي الماي سبيس.

تصميم الشبكات الاجتماعية وطبيعتها اللامنتهية، بالإضافة إلى ذلك تنوّع استخداماتها سيجعل منها حتما معيار مهم سيغير معالم الإنترنت وطريقة تعامل الناس معها.

في جانب كمية المعلومات، وجود ملايين المستخدمين يقومون بالتسجيل بأسمائهم الصريحة وإضافة معلومات شخصية عن أنفسهم تشمل طريقة الاتصال والعناوين، إضافة إلى معلومات احترافية عن تخصصاتهم الدقيقة

تجعل من الشبكات الاجتماعية المكان الأول المناسب للبحث عن الأشخاص والقدرة على بدء التواصل معهم.

الشبكات الاجتماعية وقضايا شائكة

كما هو الحال مع أي تقنية جديدة، صاحبت ظهور الشبكات الاجتماعية العديد من القضايا الشائكة والتي أدخلت مُلاك تلك المواقع في دوّامة من المشاكل القانونية التي شكلت أو قد تشكل بعض المعوقات في مسيرة نمو الشبكات الاجتماعية. من تلك القضايا قضية الخصوصية، حيث يدور نقاش شديد أن الشبكات الاجتماعية تعدّت على خصوصية الفرد وغيرت مفهوم الخصوصية للفرد، فبإمكان أي شخص أن يتعرف على الكثير من خصوصيات شخص آخر بمجرد تمضية دقائق في ملفه الشخصي. الحل لهذه المشكلة من قبل أصحاب الشبكات الاجتماعية كان بإتاحة بعض الخصوصية مثل إتاحة خاصية التحكم في عرض بعض محتويات الملف الشخصي لمجموعة معينة من الأشخاص وإضافة بعض القوانين المتعلقة بإمكانية وصول الآخرين لتلك المحتويات.

قضية أخرى مهمة كذلك، هي المفهوم السائد عند كثير من مستخدمي شبكة الإنترنت أن الشبكات الاجتماعية لا يتم ارتيادها واستخدامها إلا مراهقين ولا تستخدم إلا لأغراض سيئة أو في أفضل الأحوال لتمضية الوقت بدون أي فائدة مرجوة. هذا المفهوم بدأ يتلاشى تدريجياً بعد أن بدأ كثير من مستخدمي الشبكات الاجتماعية استخدام أسمائهم الحقيقة وعندما بدأ ضخ كمية محتويات مفيدة في مواقع الشبكات الاجتماعية واستغلال البعض لها للوصول للخبرات والكفاءات من الأشخاص وتقديم عروض عمل لهم.

في الجملة، لكل تقنية جديدة مؤيدين ومعارضين وتبقى الشبكات الاجتماعية تقدم الكثير من الخدمات والمنافع والتي لو استغلت تمام الاستغلال لتحققت منها فائدة كبيرة لكثير من مستخدمي الإنترنت.

أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنيت

من أشهر الشبكات العربية حاليا هي الشبكة الاجتماعية العربية [عربيز] حيث أنه تم إنشاءها منذ ثلاثة شهور أي في شهر شباط من عام ٢٠٠٩ وكانت مخصصة للعرب في ألمانيا فقط، لكنها انتشرت وبسرعة بين الدول العربية، الجدير بالذكر أن هناك مواقع اجتماعية عربية أخرى لكنها فقدت السيطرة فلا يوجد فيها رقابة على جودة المعروض فيها كصور وملفات البورنو والخلاعة... بينما موقع عربيز فيعتبر محافظا على المبادئ العربية

الشبكات الاجتماعية عربياً

هناك بعض الشبكات الاجتماعية العربية التي ظهرت مؤخراً ولكنها لا ترقى لمنافسة الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية الكبرى ومن أمثلة تلك الشبكات الاجتماعية العربية مكتوب وهو من أكبر وأشهر المواقع والتي طورت في نظامها شبكة اجتماعية تجمع مستخدمي الموقع وتقدم لهم العديد من الخدمات، ومن الشبكات العربية الأخرى فايع وإكبس ومن المواقع حديثة العهد هو كما ذكرنا أعلاه موقع عربيز ARABIZ

نبذة عن بعض الشبكات الاجتماعية الأكثر شهرة

- **الفيس بوك** FACEBOOK:

أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع، قيمته السوقية عالية وتتنافس على ضمه كبيرات الشركات، نقطة القوة الأساسية في الفيس بوك هي " التطبيقات " التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي. سهّل العاملين في الفيس بوك المهمة للمبرمجين بإنشاء API - أكواد برمجية مساعدة - تختصر الكثير عليهم وتساعدهم في الوصول لملفك الشخصي وبناء تطبيق تستفيد منه.

- **ماي سبيس MYSPACE:**

الموقع الـذي كان الأكثر رواجاً قبل أن يدخل في منافسـة شـديدة مع الفيس بوك مؤخرا.

- **أوركوت ORKUT:**

منتج قوقل والذي لم يلـقَ رواج كبير في أمريكا لوجـود العملاقين فيس بوك وماي سبيس.

- **نت لوج NETLOG**
- **هاي 5 HI5**
- **لنكد إن LINKEDIN:**

شبكة اجتماعية للمحترفين، يضم الموقع قرابة مليونين محترف ومحترفة في مجالات متنوعة ومختلفة يتشـاركون في مجموعات اهتمام. خاصية متميزة في الموقع هي خاصيـة التزكيات، فبإمـكان مديرك أو زملائك السـابقين في وظيفة معينة شغلتها تزكيتك عن عملك في الشركة.

- **XING:**

على غـرار الموقـع السـابق، شـبكة اجتماعيـة لمسـتخدمين محترفيـن حول العالم.

- **ديفاينت آرت DEVIANTART:**

الموقع الأشهر لعرض التصاميم الرقمية في شتى المجالات.

- **أرتيكيان ARTICIAN:**

شـبكة اجتماعية تجمع المصمميـن الرقميين على شـبكة الإنترنت على غرار الديفاين آرت ولكن بشكل أكثر إتقان وبخصائص أكثر تنوع.

ويشـير الباحث محمد المنصور "أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في

منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث انتشرت شبكة الإنترنت في كافة أرجاء المعمورة، وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية وشبكات المحادثة، التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث، وخلقت نوعا من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة، وبين المستخدمين أنفسهم من جهة أخرى".

هذه المواقع هي عبارة عن صفحات ويب على شبكة الإنترنت، يخصص بعضها للإعلان عن السلع والخدمات أو لبيع المنتجات، والبعض الآخر عبارة عن صحيفة إلكترونية تتوفر فيها للكتاب إمكانية للنشر، وللزوار كتابة الردود على المواضيع المنشورة فيها، وفرصة للنقاش بين المتصفحين، وكذلك مواقع للمحادثة (الدردشة)، وهناك المدونات الشخصية التي يجعلها أصحابها كمحفظة خاصة يدونون فيها يومياتهم، ويضعون صورهم ويسجلون فيها خواطرهم واهتماماتهم.

ومن هذه المواقع محركات البحث وبوابات ويب ومراجع حرة والمدونات ومواقع الصحف والمجلات ومواقع الصحف الإلكترونية ومواقع القنوات الفضائية ومواقع اليوتيوب. ثم ظهرت شبكات التواصل الاجتماعية مثل: (الفيس بوك – تويتر – ماي سبيس – لايف بوون – هاي فايف – أوركت – تاجد – ليكند إن – يوتيوب وغيرها)، التي أتاح البعض منها مثل الفيسبوك، تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية، والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين.

ويسجل لهذه الشبكات "كسر احتكار المعلومة، كما أنها شكلت عامل ضغط على

الحكومات والمسؤولين، ومن هنا بدأت تتجمع وتتحاور بعض التكتلات والأفراد داخل هذه الشبكات، تحمل أفكارا ورؤى مختلفة، متقاربة أو موحدة أحيانا، مما أثرت هذه الحوارات على تلك الشبكات وزادتها غنى، وجعلت من الصعب جدا على الرقابة الوصول إليها، أو السيطرة عليها، أو لجمها في حدود معينة".

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعية هي الأكثر انتشارا على شبكة الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية، مما شجع متصفحي الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على المواقع الإلكترونية. وبالرغم "من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام وخصوصا موقع الفيس بوك، والتي تتهمه تلك الانتقادات بالتأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري، والمساهمة في انفراط عقده وانهياره، فإن هناك من يرى فيه وسيلة مهمة للتنامي والالتحام بين المجتمعات، وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر، والإطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدوره الفاعل والمتميز كوسيلة اتصال ناجعة في الهبات والانتفاضات الجماهيرية".

إنها "شبكات اجتماعية تفاعلية، تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم. ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة، وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية".

جمهور المتلقين في ظل هذه الشبكات

إن الثورة التكنولوجية الحاصلة في وسائل الاتصالات، والتي يبدو أنها لا تعرف التوقف، قد ساعدت ومكنت الجمهور من تأسيس إعلامه الخاص به، حتى بات المواطن المتلقي نفسه إعلاميا، يكتب ويذيع وينتج البرامج المرئية

وينشـرها ويذيعها من على الإنترنـت لمواطنين مثلـه مثلهم، وأصبحـوا يتبادلون المعلومـات الإخبارية والنتاجـات الإعلامية من دون الحاجة إلـى صرف المبالغ الطائلـة، التـي تصرفهـا الوسـائل الإعلاميـة التقليديـة. وهكـذا أصبحنـا نسـمع بمصطلحات جديدة مثل "المواطن الصحفي" في مجال الإعلام والاتصالات لم نكن نسمعها من قبل، وذلك بسبب الدور الفاعل للمتلقي "الجمهور" في العملية الإعلامية، وبمساعدة وسائل وتقنيات وسائل الإعلام والاتصالات الجديدة.

يرى مارشـال ماكلوهان حسـب مـا يـراه المنصـور أن التحول الأساسـي في الاتصال التكنولوجي يجعـل التحولات الكبرى تبدأ لدى الشـعوب، ليس فقط في التنظيم الاجتماعي، وإنما في الحواس الإنسانية أيضا.

وبدون فهم الأسـلوب الذي تعمل بمقتضاه وسـائل الإعلام، لن نستطيع فهم التغيرات الاجتماعيـة والثقافية التي تطرأ على المجتمعات، فأي وسـيلة جديدة هي امتداد للإنسـان، تؤثر على طريقة تفكيره وسـلوكه، فكاميـرا التليفزيون تمد أعيننـا، والميكروفـون يمـد أسـماعنا، والآلات الحاسـبة توفـر الجهـد العقلي وتؤدي إلى امتداد الوعي.

أن انتفاضات وثورات الشعوب حسـب ما يراه المنصور اعتمدت أساسا على المبتكرات العلمية والتقنيات الحديثة، التي رافقت نضالات الشـعوب من أجل الإنعتاق والحريـة، وقد لا يذهـب المـرء بعيدا في التاريخ إذا قـال بأن الحركات السياسـية التي ظهرت بعد الحرب العالمية الثانية، شكلت مسـارا جديدا لوعي الشـعوب، وانتشـرت مسـميات لا تزال عالقة فـي أذهـان الناس مثـل حركات التحرر الوطني والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشـعبية، وكانت تسـتخدم القـوة والعنف في تحقيـق أغراضها وأهدافهـا، وترافق ذلك فـي أغلب الأحيان الآلة العسكرية".

ويرى الكاتب أيضا "أن الانتفاضات والثورات الحديثة سـلكت مسـلكا آخر

تماما، بالرغم من أن الغرض ذاته التي سعت من أجل تحقيقه الجماهير في منتصف القرن الماضي، لكن الفرق هنا الوسيلة فقد استخدمت الجماهير الشعبية في شمال أفريقيا والشرق الأوسط في ثوراتها الحديثة القوة الناعمة، المتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي، التي أصبحت سلاحا فاعلا بيد الشباب في مواجهة الأنظمة الطاغية وهز عروشها، هذا السلاح الفعال لا يمكن أبدا للسلطات القمعية استخدامه، وإذا حاولت فإن محاولاتها تكون مفضوحة لا تتعدى التشويش أو حجب بعض المواقع، لكن هذا ليس بالأمر الصعب على الشباب لإيجاد بدائل أخرى لكسر هذا الحصار الحكومي، وبآليات عديدة وفي نطاق الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي.

تلعب شبكات التواصل الاجتماعي أدوارا عديدة بنظر الكاتب، أهمها سياسية واقتصادية واجتماعية في حياة الشعوب في كافة أنحاء العالم، وبات تأثيرها يتصدر أحداث الساعة: "نظرا لارتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات، وأصبح تأثير تلك الشبكات الاجتماعية على النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية واضحا".

فقد أصبح بإمكان أي فرد أن ينشأ موقعه الخاص على شبكات التواصل الاجتماعي بسهولة ويسر، والالتقاء بالأصدقاء القدامى وزملاء الدراسة، ويأتي هذا من إدراك الناس لأهمية هذه الشبكات، بصرف النظر عن كونها خاصة أو تابعة لمؤسسة أو شركة أو حتى دولة، لأن الهدف واحد من إنشاء هذه الشبكات، مع الأخذ بنظر الاعتبار الاستخدام السيئ لبعض الناس في هذه الشبكات.

ويحسب لشبكات التواصل الاجتماعي حسب ما يراه المنصور أنها تتعامل مع المعلومة والخبر والحدث لحظة وقوعها، ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرد على بعضها، وهذا ما لم تتمكن منه وسائل الإعلام الحديثة، فإنها ولو قدمت الخبر تحت مسمى

(عاجل أو مباشـر)، فإنها تقوم فقط بدور المرسـل من خلال وسيلتها الإعلامية كالفضائيات مثلا، ولـم تتمكن من أن تجعل المشاهد يتفاعل معها في لحظة بثها لتلك الأحـداث، إلا بعد فترة مـن الوقت عندمـا تكون تلك الأخبار قد نشـرت على موقعها الإلكتروني، وبهـذه الحالة يمكن لمتصفح تلـك المواقع للقنوات الفضائية أن يرد أو يعلق على تلك الأخبار".

لقد أصبح الإعلام الجديد واقعا فرض نفسـه، لا يمكن تجاهله أو الاسـتغناء عنه لمـن يعمل في مجـال الإعـلام أو من لا يعمـل، ولم يعد الإعلامـي هو من يعمل في إحدى المؤسسـات، فالأدوات الجديدة أخرجت لنـا جيلا جديدا من الإعلاميـن الذين أطلـق عليهم الصحفـي المواطن، الـذي قـد لا يمتلك نفس المهارات الإعلامية أو الأدوات التكنولوجية التي تتوافـر للصحفي المحترف، غير أنه أصبـح بمقـدوره أن يمارس مهنـة الإعـلام ويخوض غمارهـا، ويصبح مصدرا مؤثرا من مصادر الأخبار، وكسـر احتكار المؤسسات الإعلامية لصناعة المشهد الإعلامي.

بعض الإحصائيات للإعلام الجديد:

- في عام ٢٠١٠ عام كامل أرسـل المغردون عبر التويتـر ٢٥ مليار تغريدة، يعنـي أربعة أضعاف عدد سـكان البشـرية هذا فـي عام كامـل ٢٠١٠، في ٢٠١١ صار المغردون يرسـلون مليـار تغريدة في الأسـبوع الواحد، يعني إذا كانوا ٢٥ مليار في ٢٠١٠ أصبحت أكثـر من ٧٠ مليار تغريدة في نهاية ٢٠١٣ هذا في التويتر.
- متوسط المسـجلون في التويتر يوميًا خلال شـهر مارس ٢٠١١ بلغ ٤٦٠ ألف حساب جديد هذا في المتوسط، ارتفع إلى ٥٧٢ ألفًا يوم ١٢ مارس. في نفس السنة في نفس الشـهر (مارس) كانوا ٤٦٠ ألف في اليوم الواحد لكن كان الذروة ٥٧٢ ألف يوم ١٢ مارس " ثورة الربيع العربي ".

- اليوتيوب: يزور اليوتيوب يوميًا مليارا زائر (٢,٠٠٠,٠٠٠,٠٠٠) يوميًا، والشخص العادي يحتاج ألف سنة ليشاهد كل الفيديوهات الموجودة اليوم في اليوتيوب.
- مع قرب عام ٢٠١١ هناك اليوم أكثر من ٢٢٥ مليون مستخدم للتويتر، هؤلاء ٢٢٥ مستخدم للتويتر ١٠٠ مليون منهم قرابة النصف انضموا فقط في عام ٢٠١١، قرابة نصف مستخدمي التويتر اليوم انضموا في السنة الأخيرة فقط.
- الإحصائية التالية أن مجموع ما يتم رفعة إلى اليوتيوب خلال ٦٠ يوم فقط يفوق مجموع ما أنتجته أشهر ٣ شركات إنتاج أمريكية خلال ٦٠ سنة كاملة.
- الإحصائية الأخيرة هي إحصائية ظريفة تقول: أنه في عام ٢٠٠٩ كانت واحدة من كل ٨ زيجات في أمريكا تعارف طرفاها أون لاين، واحدة من كل ٨ زيجات تعارف طرفاها على الإنترنت في ٢٠٠٩، الآن أصبح العكس أصبحت حالة من كل ٥ حالات طلاق اللوم فيها منصب على الفيسبوك.
- محرك البحث تويتر: ربما كثيرون لا يركزون على البحث في التويتر لكن هنا إحصائية تقول: أن هناك أكثر من ٦٠٠ مليون بحث في التويتر وليس جوجل، الناس تبحث في تويتر ٦٠٠ مليون بحث يوميًا.
- الوكيبيديا مثلا: وإن كانت خارج الإعلام التفاعلي مقارنةً باليوتيوب وتويتر وفيس بوك، لو تحولت إلى كتاب " ويكيبيديا " لكان عدد صفحاته مليونين وربع مليون صفحة ولاحتجت حتى تنهي قراءتها إلى ١٢٣ سنة.

كشفت دراسة تسويقية أن أكثر من ٢٠ بالمئة من سكان العالم يستخدمون

مواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة مثل فيس بوك وجوجل بلس وانستجرام مرة واحدة على الأقل كل شهر.

وذكرت الدراسة التي أجرتها شركة 'إي ماركتر' للدراسات التسويقية أن حوالي ١٫٦١ مليار شخص سوف يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك وجوجل بلس وتويتر هذا الشهر، في زيادة نسبتها ١٤٫٢ بالمئة مقارنة بعام ٢٠١٢، ومن المتوقع أن ترتفع هذه النسبة بأكثر من عشرة بالمئة العام المقبل.

وقالت الدراسة التي أوردتها مجلة 'كمبيوتر ورلد' الأمريكية على موقعها الإلكتروني إن عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي سوف يرتفع بحلول عام ٢٠١٧ إلى ٢٫٣٣ مليار شخص.

وأضافت الشركة أن عدد مستخدمي موقع فيس بوك الشهير للتواصل الاجتماعي قد يرتفع إلى ١٫٠٢٦ مليار مستخدم شهريا بحلول نهاية العام الجاري.

وتحتل الولايات المتحدة مركز الصدارة على مستوى العالم من حيث عدد مستخدمي فيس بوك شهريا بواقع ١٤٦٫٨ مليون شخص.

وأظهرت الدراسة أيضا أن غالبية سكان السويد وكوريا الجنوبية والدنمارك والولايات المتحدة وفنلندا وكندا وبريطانيا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

وتبين أيضا أن أعلى نسبة نمو في معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي توجد في الأسواق الأقل نموا، حيث سجلت الهند أعلى نسبة نمو في معدلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هذا العام بنسبة ٣٧٫٤ بالمئة تليها اندونيسيا بنسبة ٢٨٫٧ بالمئة ثم المكسيك بنسبة ٢١٫١ بالمئة.

وكشف تقرير صادر عن برنامج الحوكمة والابتكار في كلية دبي للإدارة

الحكومية، يحمل عنوان "تقرير الإعلام الاجتماعي العربي الصادر عام ٢٠١٢"، عن وجود أكثر من ١,٣ مليون مستخدم نشط على موقع "تويتر" في العالم العربي، أنتجوا نحو ١٧٢ مليون تغريدة في نفس العام.

وأوضح التقرير أن عدد مستخدمي موقع فيسبوك في العالم العربي حتى شهر إبريل ٢٠١٢، وصل إلى ٤٣ مليونا، مع نمو واضح في استخدام اللغة العربية ضمن وسائل التواصل الاجتماعي، مبينا أن الإمارات تستمر في صدارة الدول العربية من حيث نسبة مستخدمي فيسبوك من عدد السكان، تليها الأردن ولبنان والكويت وتونس. لقد اعتمدت وسائل الإعلام التقليدي في كثير من أشكالها، على نموذج اتصال من جانب واحد أو وحيد الاتجاه من المرسل إلى المتلقي، في غياب رجع الصدى أو تأخره في أحسن الأحوال، واعتمدت على رسالة معدة مسبقة عبر صناعة كبيرة لا يطيق تكلفتها إلا المؤسسات الكبرى.

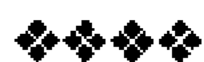
ويشير د خالد الخوجه إلى أن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد، أصبح شريكا في صنع الرسالة الإعلامية. لقد كان السؤال التقليدي حين تعاظم دور وسائل الإعلام هو: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالناس؟ على اعتبار أن الجمهور سلبي يقبل بما يتلقاه من رسائل ويتأثر به، إلا أن واقع أدوات الاتصال الآن قد غير هذا المفهوم، باعتبار أن الجمهور وفي مقدمته الشباب، قادر على اختيار مادته وصنع رسالته الإعلامية.

حيث أصبح كل شخص قادراً على إنشاء مدونته الخاصة، التي يضمنها ما يشاء من المعلومات والأخبار والصور والملفات الصوتية والفيديو، وهو ما طرح سؤالا قديما جديدا: هل وسائل الإعلام التقليدية معرضة للاندثار لتصبح جزءا من التاريخ أم أنها ما زالت قادرة على الصمود واستيعاب التحديات التي فرضها الواقع الاتصالي الجديد؟

ورغم هذا الجدل فإن تاريخ وسائل الاتصال يؤكد أنه لم تكن هناك وسيلة

سببا في اختفاء وسيلة أخرى، حينما ظهر التليفزيون لم تختف السينما، بل بحثت عن جوانب لتتميز بها، فكان تطويرها المستمر لجودة الصوت وحجم الشاشة وبيئة المشاهدة، كما أن المسرح استمر، رغم أنه أقدم أدوات الاتصال، لقدرته على التفاعل المباشر مع الجمهور، وفي خضم هذا الحشد من وسائل الإعلام، احتفظ الراديو لنفسه بمكان عبر المجال الإخباري الذي يميزه.

ولأن الأفراد في المجتمع، يلجأون إلى وسائل الاتصال الجماهيرية من أجل مساعدتهم على فهم العالم الذي يعيشون فيه، ومن أجل تسهيل تفاعلهم وتواصلهم اليومي فيه، وكلما زادت الأحداث المحيطة بهؤلاء الأفراد، تعقيداً وغموضاً وتوتراً وتأزماً، كلما زاد اعتمادهم على هذه الوسائل من أجل توضيح هذا الغموض وإزالته، والتعامل مع تلك المخاطر والأزمات، ومن هنا فإن استخدام أدوات الإعلام الجديد، ومنها شبكات التواصل الاجتماعي، سيزيد بمرور الوقت.



المنظور العالمي لقضايا الإعلام وفلسفات الصحافة العالمية

تتمحور النقاشات المتعلقة بفلسفة الصحافة العالمية حول الحرية والتبعية. ففي العشرينات من القرن الماضي كانت الحرية محور الاهتمام والنقاش ولم تلق التبعية اهتماما يذكر. وقد انبثق ذلك الاهتمام في بعض المجتمعات عن حركة التنوير الأوروبية في القرنين الثامن والتاسع عشر. وأن الصحافة الحرة والمستقلة ليست فقط أهمية عليا بل ضرورة من ضرورات المجتمع الحر والمتقدم.

تسعى أمريكا وأوروبا إلى نشر حرية الصحافة في العالم كله. من وجهة النظر الأمريكية والأوروبية فإن فلسفة الصحافة الحرة المستنيرة في القرن العشرين كانت النموذج المثالي للصحافة العالمية، إلا أنها لم تتحقق في أجزاء كبيرة من العالم. وبنهاية القرن الماضي قدم العديد من الباحثين نظريات متناقضة حول أشكال الأنظمة الصحفية في العالم ووجدوا أنها تعكس ازدواجية، حتى بدا النموذج الغربي فاشيا من جهة ومتحررا من جهة أخرى، لذلك من الصعب تطبيقه على عالميا وخصوصا على الصحافة التابعة.

يمكن القول أن هناك أنظمة صحفية مستبدة وأخرى حرة ولكن مسؤولة. وبالنظر إلى الشكل البياني ١ , ١ فإن أعلى الدائرة يشير إلى صحافة حرة وأقلها يشير إلى الأنظمة الأكثر تشددا. كما يظهر الشكل أن الأنظمة الصحفية الخاصة أو الفردية تقترب أكثر من أعلى الدائرة.

والأنظمة المختلطة تقترب أكثر من أسفل الدائرة، بينما الأنظمة الشعبية يمين

وشمال الدائرة ترتكزان على التعاون الشعبي والمراجعة وهي الأنظمة الدارجة في الغرب. قد يبدوا للبعض أن الصحافة الشعبية والحرة أكثر التزاما من الصحافة التي تسيطر عليها الدولة أو التابعة للدولة ولكن يتعين علينا تعريف مفهوم المسؤولية من وجهة نظر المجتمعات.

"الصحافة المسؤولة":

تعد النظريات الأربع الاستبدادية والتحررية والشيوعية والنظام الاجتماعي المسؤول الأكثر إحكاما وشيوعا في الصحافة السياسية الغربية. وكثيرا ما انتقد المجتمع الغربي المتحيز هذه النظريات إلا أنها ما زالت مؤثرة. يقول هارماس لقد أفدت كثيرا مما يسمى بنظرية"المسؤولية الاجتماعية" خصوصا بعدما توقف الإعلام عن ممارسة دوره الأساسي وخسارته للكثير من الحصافة ودخوله في الجدال العام عام ١٩٤٧ . ويرى ضرورة العودة إلى الحقبة الماضية، الحقبة التي كانت فيها القضايا الاجتماعية تناقش في الأماكن العامة والمقاهي والصالونات دون تحفظ..وهذا بالطبع سيؤثر على سياسة الحكومة من خلال الإعلام الذي سيشجع النقاشات العامة ويتيح المجال لجو عام قوي ومتحرر حتى من القيود الدينية.

أن جوهر "المسؤولية الاجتماعية" يكمن في فكرة ديمقراطية الصحافة ومشاركة الجمهور. وهي فلسفة الصحافة الشعبية. لكن شولرز واندروود يريان أن هابرماس يفكر بمنطق القرن الثامن عشر وأن المشاركة الشعبية ضرورة للديمقراطية، و تجعل الإعلام أكثر وعيا باهتمامات العامة. قد يتساءل البعض هل على الصحافة أن تعكس الأفكار التحررية فعلا ؟ وهل يمكن للصحافة الحرة أن ترى الحقيقة بوضوح؟ وهل تشجع الصحافة الحرة على الديمقراطية فعلا؟ من الصعب على الأمريكيين أن يصدقوا أن أحدا من العالم يجيب على هذه التساؤلات بالنفي. إلا أن الدين والنظام الاجتماعي والعسكري في بعض المجتمعات أهم من حرية الصحافة.

ترحب "مفوضية هوتشكنز"- من المراقبين للحريات الصحفية في العالم- بدور العامة وتقلل من شأن مالكي وسائل الإعلام والعاملين فيها. ولكن البعض اعترض على هذه النظرية لتنقلها من مبدأ حرية الصحافة إلى مبدأ مسؤولية الصحافة. يقدم رالف اوينستن من خلال "الأنماط المتطورة " توضيحا لكيفية انتقال الأنظمة الصحفية من الاستبداد إلى التحرر ثم إلى التحرر الاجتماعي. وأضاف عليه هوتشكنز التطور الثوري.

لكن روبرت بيكارد رأى أن الديمقراطية الاجتماعية تعارض المسؤولية الاجتماعية ونظام السوق الحر.

يورغن هابرماس

عالم اجتماع ألماني معاصر وفيلسوف حيث يعتبر من أهم علماء الاجتماع والسياسية في عالمنا المعاصر، ولد في دولسلدروف في ألمانيا وما زال يعيش في المكان نفسه. يعد من أهم منظري مدرسة فرانكفورت النقدية حيث وصل إلى درجة كبيرة من الشهرة والتأثير العالمي.

ليورغن هابرماس أكثر من خمسين كتابا يتحدث عن مواضيع عديدة في الفلسفة وعلم الاجتماع وهو صاحب نظرية الفعل التواصلي،وقد ذهب في هذه النظرية إلى فلسفة اللغة ابتغاء توسيع أساس النظرية النقدية.

من ناحية أخرى، يرى هابرماس أنه من الضروري تحويل علم الاجتماع إلى فرع من فروع علوم الاتصال وهو يجب أن يقوم على الفعل التواصلي، فهو لا ينكر العوامل الاجتماعية التي تدخل أو تساهم أو تؤثر في النشاط الاجتماعي والإنساني كالأفعال اللأداتية التي تحدثها التقنية، فاللغة بالنسبة لهابرماس ليست مجرد نظام لغوي يخضع لبعض القواعد ولكنها في الإحساس حوار وعلاقة بالآخر والغيرية ويبقى الحوار بالنسبة له علاقة ضرورية لا غنى عنها للتغلب على الخلافات وإرساء مبدأ الفهم كاشتراك ومشاركة.. فاللغة عند

هابرماس هي الوسيط الذي يحقق التفاهم، حيث يؤكد على أننا " إذا أردنا أن نفهم الفعل التواصلي علينا أن نفترض اللغة بوصفها الوسيط الذي يمكن أن يتحقق فيه نوع من التفاهم، فاللغة عند هابرماس تشكل نسقاً من القواعد يساعد على توليد تعبيرات لدرجة أن كل تعبير مصاغ بشكل صحيح يعتبر عن عنصر من عناصر هذه اللغة، ومن ثم فإن الذوات القادرة على استعمال هذه التعبيرات تشارك في عملية التواصل لأنها تستطيع التعبير وفهم الجمل والجواب عنها.. فالعقل التواصلي عند هابرماس تضمن كل أشكال التواصل التي تتعلق بالتفاعل العادي القائم بين الأفراد، وهذا التفاعل يسير على نحو عادي غالباً، ويؤكد هابرماس وضع نظرية للفعل جنباً إلى جنب مع الحوار والنقد، ولذلك أتخذ هابرماس الخطوات اللازمة لتحليل الفعل، الذي يقوم على فلسفة اللغة، فقد أعتقد أن التوثيق المنشود بين النظرية والتطبيق يمكن أن يتحقق بالحوار المثالي بعد أن أدخل تعديلاً لغوياً فأصبح أسمه " البراجماطيقا العامة " ومهمة البراجماطيقا العامة هي " إثبات الشروط العامة لفهم ممكن وإعادة بنائها"..

يؤكد أبو النور حمدي أن الأخلاق النظرية تغرس بمشقة معاييرها وقيمها في أرض هي أساسها ومسوغها، حيث يؤكد هابرماس إن المبدأ الأخلاقي المزروع في التواصل اللغوي والفعل التواصلي يبدو أنه لا يمثل دليلاً كافياً " فالأخلاق الاصطلاحية" الأخلاق المادية الساذجة المغروسة واقعياً في النشاط التواصلي للعالم المعيش، مختلفة جذرياً عن رفض الأخلاق التي يقوم بها الشك الراديكالي المستهتر من حيث المبدأ، وهي تختلف أيضا عن الأخلاق الداخلية الاصطلاحية ولأوامرها التابعة إلى تأكيدها الذاتي والاجتماعي وعن عقلانية إستراتيجية للفعل والتي يمكنها عندما تحوز على استيعاب عقلاني للأشياء، أن تقول نعم لزعم الصلاحية الشمولية لأخلاق المناقشة والمسؤولية الاصطلاحية، ويؤسس هابرماس أخلاقيات التواصل على مبادئ عقلية تستمد بعض عناصرها من التداوليات الكلية، لأن هذه التداوليات هي التي تسمح

بالتفكير في الأساس الذي يجعل التلفظات أو أفعال الكلام حقيقة أو دقيقة، فنجد أن هابرماس حين يؤكد المناقشة والتواصل الاجتماعية فإنه يسلم بأن التفاعل يتعين أن يحصل داخل مجال عمومي يجمع بين العقلانية السياسية والمشروعية الديمقراطية.. يختم أبو النور حمدي كتابه بأن كتابات هابرماس تعبر عن جهد نظري متميز لتبرير قيمة العقل والعقلنة، وتأسيس معايير جديدة لضبط عملياته وتحركاته، وهو يقوم بهذا العمل برغم كل الانتقادات المشروعة والمبالغ فيها التي وجهت للعقل الأنواري.

نظرية فعل التواصل (١٩٨٤-١٩٨٧):

نظرية "التواصل" للفيلسوف المعاصر الألماني يورغن هابرماس هي نظرية فعل تبحث في "عمق الوعي" وهي تتويج لمخاض طويل في ألمانيا خاصةً وأوروبا عامةً والتي لا تزال تشرح إلى الآن والكتب التي تخصص لتوضيحها وإبانة جذورها كثيرة ما يصعّب مهمة شرحها "فلسفيًّا" من جوانبها كافة فالعمل هذا يحتاج إلى مبحث خاص.

ما المقصود بالفعل التواصلي لدى هابرماس ؟

يحدد هابرماس الأفعال التواصلية على النحو التالي: " هي تلك الأفعال التي تكون فيها مستويات الفعل بالنسبة للفاعلين المنتمين إلى العملية التواصلية غير مرتبطة بحاجيات السياسة، بل مرتبطة بأفعال التفاهم ". ولا تفاهم بدون لغة؛ وهذا ما يبرر كلام المهتمين بهابرماس عن المنعطف اللساني لديه، والذي يشير إليه هو بنفسه. وهو ما دفعه إلى إدخال اللغة كعامل لفهم العلاقات التواصلية. فلتعزيز تصوره للفعل التواصلي من اجل فهم أفضل للعلاقات الاجتماعية داخل المجتمع ذهب إلى أن الفعل التواصلي يتميز عن غيره من الأفعال الأخرى بأنه لا يسعى للبحث عن الوسائل التي تمكنه من التأثير في الغير، بل يبحث عن كيفية التوصل إلى تفاهم معه وتوافق متبادل دونما إكراه أو قسر كيفما كان نوعهما.

إذا كان التفاهم الغاية القصوى للفعل التواصلي، فانه لا يمكن تصوره بين الإطراف المتحاورة إلا بشروط من أهمها عدم تأثير طرف على آخر لان دلك لو حصل يؤدي حتما إلى فشل التواصل يقول هابرماس:

" إن نشاط التفاهم المتبادل يخضع لشرط أساس به يحقق المعنيون مشروعا لاتفاقهم المشترك...فهم يسعون لتفادي خطرين: يتمثل أولهما في فشل التفاهم المتبادل وسوء الفهم؛ بينما يتمثل الثاني في فشل مشروع الفعل والإخفاق التام. فتنحية الخطر الأول شرط لابد منه لتلافي الثاني".

شتان إذن ما بين الاتفاق الذي هو سليل التفاهم، والتأثير الذي هو سليل الإكراه والضغط، يتسم فيه الفعل التواصلي بالهيمنة. فالتفاهم صنو ورديف للفعل التواصلي من حيث أنه يهدف إلى تحقيق الاتفاق؛ وهو ما يطلق عليه هابرماس أيضا اسم الإجماع، إذ في ظل غياب هذا الأخير بين أطراف الفعل التواصلي، يفشل هذا الأخير. ثمة إذن شروط حجاج ومناظرة بدونها لا يتحقق الإجماع العقلاني. ذلك أن الاستعمال اللغوي إذا كان يتضمن حججا مبنية، فانه سيؤدي حتما إلى تحقيق اتفاق مشترك. لان الهدف بالنسبة لهابرماس من الدخول في تحاجج، هو التوصل إلى تواصل كامل.

سعى هابرماس إلى بلوغ عقلنة جديدة يدعوها "العقلنة التواصلية" في مقابل "العقلنة الأداتية" التي رفضتها "مدرسة فرانكفورت" يمثل هو تطوّرها وآخر كبارها إذ رفض العقل الأداتي منذ أدرنو وهربرت ماركيوز في مؤلفاتٍ ترجمت إلى العربية ليقوم بصوغ عقلنة تواصلية تضع في مقدم أولوياتها إعادة ربط صلة الفرد بالآخر الشريك من دون ضغوط أو إكراه بغية تشكيل لحمة النسيج الاجتماعي وفق إيتيقا المناقشة باستلهام من المنابع الأولى للعقلانية التنويرية الأصيلة كما تصوّرها المشروع الحداثوي في الغرب ويهيّئ ذلك الانتقال من مشروع "العقلنة إلى العقلانية" وهذا بذاته أمر بالغ الدلالة.

للتعريف بمشروعه الكبير في محاضرةٍ له عام ١٩٨٠ أطلق فكرة "الحداثة مشروع لم ينته بعد" إبّان تكريمه لجائزة آدرنو. أخذ على عاتقه إتمام ما بدأه كانط وهيغل. ويجد هابرماس نفسه على نقيض ميشال فوكو وجاك دريدا ذلك في معرض مناقشته لهما في كتابه الضخم "القول الفلسفي للحداثة". هذا المسعى جعله يتبنى الكثير من المقاربات التداولية حول اللغة مثل الصدق والنزاهة والدقة وتوصل إلى نتيجة مفادها أن لا يمكنه تأسيس نمط تواصلي جديد يعبر عن مجتمع جديد من دون أن يبلغ النقد أداة التواصل الأولى ذاتها أي اللغة سواء تعلق الأمر بالتواصل الذاتي أو بالتواصل البينذاتي بكونه الدعامة القاعدية لعملية التشارك الاجتماعي.

لناحية بناء هذا التشارك يؤكد يورغن هابرماس على ضرورة إحداث تميز أساس بين العمل والفعل والنشاط ذلك أن مفهوم العمل ووفق دلالاته الحالية وبخاصةٍ تلك المتحدرة إلينا من التراث الماركسي يشدنا إلى تثمين الظاهرة المادية والتقانية فحسب في حين أن مفهوم الفعل ومن ثم النشاط ذو قدرة تخيلية مجازية تتجاوز الأفق المادي إلى أفق لغوي منطوقي مقولي يحيل مباشرةً على مفهومٍ أشد تأثيرًا في هيكلة البناء الاجتماعي هو التفاعل: التفاعل بين الصورة والمادّة التفاعل بين الواقع والعقل التفاعل بين الذات والموضوع التفاعل بين اللغة ومحيطها لأن طرفي المعادلة أي اللغة ومحيطها لا قيمة لهما فينومينولوجيًا إلا عبر تفاعلهما بل في تداخلهما واستغراق كل منهما في الآخر.

من هنا فإن الفعل التواصلي لدى هابرماس يأخذ منحىً تجريبيًا وفق النموذج الاسمي الذي بات يعرف اليوم بـ"التداولية الشاملة" في مقابل "التداولية الترنسندنتالية" التي يخطّها صديقه "آبل" في طريق موازٍ. ورغم تمظهرات هابرماس المتعددة كفيلسوف متعدد الاهتمام إلا أنه بقي وفيًا للجدال الهيغليّ.

في حوارٍ أجرته مجلة "Autrement" الفرنسية عدد ١٠٢ عام ١٩٨٨ مع يورغن هابرماس اختصر نظرته إلى "التواصلية" قائلاً: "يقوم الفعل التواصلي

على الربط بين خطط مختلف الفاعلين باستعمال القوة المحفزة عقلانيًّا التي تستلزمها أفعال اللغة الإنجازية. أضف إلى ذلك أن الفعل التواصلي لا يقبل أن يعوّض بممارسات من جنس آخر مهما يكن السياق. فإذا كنا نربي على سبيل المثال أبناءنا أو ندرّس طلابنا أو كنا نسعى إلى إنعاش الروابط الاجتماعية بكيفية مشتركة فإننا لا نستطيع رفض الانخراط في هذه الممارسة التواصلية. وهذا يعني أن إجراء الإدماج الاجتماعي وتحقيق الاتصال الثقافي والتكييف الاجتماعي أمور لا تتم إلّا استنادًا إلى الفعل التواصلي".

في هذا المجال يقترح هابرماس التداولية أو الفعل التواصلي بوصفه خروجًا على المقترحات القديمة التي كانت سائدةً لأجل الفهم أو الحجاج ويستطرد قائلاً: "ألسنا هنا أمام المغالطة التطبيعية؟ إن هذه الصعوبة تمثل تماماً السبب الذي يدفعني إلى البحث عن متابعة التحليل المتعالي ولو على نحو مختلف قليلا عما هو متعارف عليه أي أن الأمر لا يتعلق بتحليل شروط إمكان المعرفة بالمعنى الكانطي أو الهوسيرلي بل بتحليل للشروط الضرورية للفهم. فلو نظرنا عن كثب إلى الشروط التي تكون ضرورية لكي نتفاهم عن شيء في العالم فإننا نكتشف شيئًا مثيرًا جداً أي نكتشف افتراضات تداولية ذات محتوى معياري لا يمكن تلافيها أو التغاضي عنها. بمجرد قبول الانخراط في الكلام وقبل الدخول في أي صورة من صور المحاججة يتعين علينا أن نفترض كيفية متبادلة أننا مسؤولون. وهذا يصح أيضًا على الخطاب اليومي

نظرية هابرماس في الحوار والتواصل تمكّن من تطبيقها في أكثر من محاولة بينها حواره مع البابا السابق بنيدكتس حول الدين والعلمنة والسياسة والحوار هذا كان حدَثًا مهمًا بين رمزين أحدهما ديني والآخر علماني. تشاءم هابرماس بعد حوادث ١١ أيلول من إمكان انتشار هذا المشروع التواصلي ضمن فتح مجالات "الحوار العمومي" معتبراً الحدث بأنه أعنف مرحلة تضرب فيها فلسفة التواصل ووصفه بأنه "عطب في التواصل".

ساهم هابرماس في كتابه الضخم "القول الفلسفي للحداثة" في التأريخ للمفاهيم وتطور حركة الفلسفة الغربية خاصة منعطفاتها في نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين نظرية التواصل جزء من مشروع "هابرماس" الذي يحاول فيها أن يكون وفيًا للجدال الهيغلي والصرامة الكانطية وإن يعتبر المشروع "ما بعد الحداثي" جزءاً من الحداثة التي لم تكتمل مفرقًا بين نقد العقل ونقد الفهم. ساهم بكتبه حول الحداثة وخطابها السياسي وعن هيدغر وفي العلم والتقنية كإيديولوجيا ونحو نسالة ليبرالية في فتح أسئلة كبرى هي موضع شغل في ورش الفلسفة التي يعتبر هابرماس أبرز رموزها الأحياء. تميّز نص هابرماسّ بالصرامة المنهجية والتسلسل المفهومي..

هابرماس والرأي العام:

لقد أضاف عالم الاجتماع الألماني هابرماس الكثير إلى" الصحافة الحرة" على الأقل من حيث المصطلحات. ولكونه من أنصار "حقبة الشعب" فهو يرى أن الفجوة بين الاقتصاد والحكومة تزداد مع تطور الرأي العام الذي من خلاله يصبح الشعب قادرا على مراقبة الحكومة. وتجربة القرنين السابع والتاسع عشر تثبت ذلك. إذ أن النخبة الثقافية تساهم في توجيه الرأي العام. فاديسون وسويفت وديفو ينتمون إلى الشعب الذي يتكون من المتعلمين وغير المتعلمين. لكن هذه الحقبة أدت إلى تنامي التجارة الربحية وتراجع الصحافة الفردية بنهاية القرن الثامن عشر. ومذ ذاك زادت سطوة الحكومة على العامة.

تنساب كل عام ملايين المفردات في السياق الفلسفي لمسؤولية الصحافة وحق المعرفة والعولمة والديمقراطية وحق الحصول على المعلومات والأخلاقيات للصحافية. وحتى في أكثر المجتمعات تشددا نلحظ نقاشا حول حرية الصحافة وهوامر جيد. فالحديث عن الحرية والديمقراطية ينير جزءا مظلما من العالم. لكنها مجرد ألفاظ. ويتساءل الناس هل حقا لدينا صحافة حرة؟ هل هي مسؤولة أم حرة ؟ من يملك الصحافة؟هل هي قوية كما تبدو أم فارغة من الداخل؟ هل هي حرة في قراراتها أم أنها تبع للحكومة؟.

صحيح أن الصحافة لا تخدم المواطن بقدر ما تخدم الحكومة. ولكن في أمريكا هناك قوانين أخلاقية لا يمكن تجاوزها. فالحرية للشعب وليست للصحافة. يبدو أن فكرة حرية الصحافة الأمريكية قد انتشرت عالميا لقوة تأثيرها. فهي مصونة من الدستور، والصحافيون الأميريكيون يعون ذلك، ولا يستطيع الكونجرس أن يعطل الحريات. فحرية الصحافة تعني حمايتها من التدخل الحكومي. قليلا ما يتحدث الأمريكيون عن تدخل القوى المسيطرة (جماعات الضغط والمعلنون والناشرون والمحررون والحكومة) في الصحافة مع أن الدستور لا يقر ذلك صراحة. بل ينص على عدم الحد من حرية الصحافة بحكم القانون. فقد انتهى العهد الذي كانت فيه المحاكم ورئيس الدولة يتحكمان بحرية الصحافة. فهي الآن محمية بالقانون. لكن القانون وحده لا يستطيع حماية حرية الصحافة فالأنظمة المستبدة والعسكرية تعرف ذلك. فإبعاد الصحفيين أو قتلهم ومصادرة الصحف ومراقبتها كانت دائما الطرق المتبعة لكبت الحريات. حتى في الدول الحرة نجد أن هناك بعض الجماعات تمارس سلطتها على الصحافة مثل عصابات المخدرات والجريمة المنظمة والجماعات الإرهابية والسلطة الدينية.

يختلف مفهوم حرية الصحافة ومسؤوليتها باختلاف المجتمعات والسياقات التي تطرح فيها. فما المقصود بالمسؤولية؟ عمن أو عن ماذا تسأل الصحف؟ لا يوجد تعريف عالمي محدد لمعنى المسؤولية، مع أن جوهر الحرية والمسؤولية تقتضي بان تكون الصحافة حرة في أفكارها وأفعالها وتحمل مسؤولياتها.

فلسفة النظام والسلطة:

"الفاشستية أو الاستبدادية" هي فلسفة إعلامية تدخل في إطار المشكلة الاصطلاحية وهي أقدم نظريات الصحافة الأربع، وتعني ميل أنظمة الصحافة العالمية نحو السلطة والنظام. وهذا بالطبع يختصر كل أنواع الحريات خصوصا حرية التعبير. يسود هذا النمط بكثرة في المجتمعات الغير رأسمالية في دول

العالم الثالث. ثم تأتي الصحافة الحرة التي ازدهرت في ظل حركة التنوير الأوروبية ثم الصحافة السوفياتية الماركسية ثم الصحافة الشعبية التي انبثقت عن نظرية حرية الصحافة. ويرى المؤلف أن الاستبدادية والماركسية تراجعتا لصالح الحرية. فقد بدا الأمريكيون بالتركيز على أخلاقيات الصحافة والمظالم ونقد الإعلام والرأسمالية والنقابات الإعلامية منذ الستينات.

وصحى الضمير الصحفي الأمريكي -على الأقل في الخطابات والغرف الصفية والأدبيات الصحفية - ولكن الفاشية لا زالت تمارس الضغط على الصحافة في دول في أفريقيا وآسيا.

صحيح أن الوضع تغير الآن فقد بدأت ثمانية مؤسسات إعلامية عالمية بنشر تقارير دورية ودراسات عن سوء أحوال الصحافة العالمية. من بين هذه المؤسسات "مؤسسة الصحافة العالمية" "وبيت الحرية" و"اللجنة العالمية لحرية الصحافة" و"منظمة الصحافة الأمريكية" و"لجنة مراسلون من اجل حرية الصحافة" و" جمعية الصحافيون المحترفون" و"جمعية محرري الصحف الأمريكية". ويشار إلى أن جميع هذه الجمعيات أمريكية ووهي تراقب الحرية من منظور الثقافة الأمريكية.

تبرر الأنظمة التي تسيطر على الإعلام ذلك بان عليها حماية خصوصيتها وأمنها القومي وإن على الصحافة أن تكون مسؤولة وتتمتع بالمصداقية الأخلاقية. لذلك يجب ترخيص الصحف ووضع قيود على الخطاب المعادي وحق الرد واحترام الشخصيات العامة.

لاقت آراء هيرماس وتورجو التحريرية ترحابا من المجتمعين الفرنسي والانجليزي في القرنين الثامن والتاسع عشر. وهي آراء تدعو إلى الحد من سيطرة الدين والسياسة ورفع قدرات الفرد. في المقابل فإن الحرية المطلقة قد تؤدي إلى عدم الانضباط كما رأى هيجل الذي قال أن الحرية الحقيقية تعني أن

يكرس الفرد نفسه في خدمة وطنه. ومن أنصار هذه الفكرة أفلاطون وماركس وسانت سيمون وكومت وروزيوفتش. فالحرية تحتاج إلى الأمن والحماية الاستقرار وقيادة فذة في كافة المجالات، حتى الصحافيون يحتاجون إلى من يوجههم "ليتفادوا الحرية".

يحترم الناس السلطة في آسيا حتى في العائلة. ففي معرض حديث رئيس الوزراء السنغافوري السابق لي وإن ياو عن السلطة النموذجية يقول" أن احترام النظام والعمل المضني والانجازات على صعيد العائلة والمدخرات والتعليم كان سريعا وغير مسبوق في الفترة ما بعد الحرب والنمو الاقتصادي في آسيا". وأكد أن هذه القيم هي ما يبرر غياب الديمقراطية الغربية في مناطق مثل سنغافورة وماليزيا واندونيسيا. فقد أدت إلى تقليل معدل الجريمة والمخدرات وإلى تماسك الأسرة وانخفاض نسبة الفقر. فالفوضى محرمة في الشرق الأقصى.

يؤكد توماس هوبوو فوكوياما على أهمية السلطة القوية لفرض النظام. والأمر ينسحب أيضا على حرية الصحافة. فالنظام مرتبط بالمسؤولية والمسؤولية مرتبطة بالفضيلة والفضيلة مرتبطة بأمن واستقرار المجتمع. وعلى الفرد أن يسعى للصالح العام وإلا فالسلطة مضطرة لفرض النظام بالقوة. ولكن من هي السلطة، أهم العلماء والمفكرون، أم هم السلطة الاؤليجارشية التقليدية؟ كانت هذه التساؤلات وما زالت معضلة الشعوب. فالناس لا يستطيعون العيش بسلام مع بعضهم وليس هناك ملوك فلاسفة يقودوا المجتمعات المتحضرة، وعلية تصطدم الديمقراطية بالسلطة ويظهر أن السلطة تفوز في الغالب وهذا الوضع ينسحب على الصحافة العالمية أيضا.

وفي القرن العشرين سيطرت أيديولوجيات مثل الفاشية والشيوعية والستالينية وظهر الاشتراكيون والرفاهيون ودعاة الفلسفة الوضعية. كلهم دعوا إلى حتمية المدينة الفاضلة أو اليوتوبيا. في حين دعى السلطويون إلى ضرورة فرض النظام والاستقرار والشمولية أو ما يسمى بالمجتمعات الموجهة.

العودة إلى المجتمع

تسعى الأنظمة الديمقراطية إلى تجاوز الحكومة والعمل على الخدمة المدنية وتشكيل مجموعات عاملة في المجالات المختلفة تعمل كوحدة متكاملة. وبمرور الوقت تتطور أفكار هذه المجموعات واهتماماتها. يعلق فرانك ماري على هذا الوضع قائلا: بان هذه الوحدة تقدم نماذج في صناعة الاتصالات وأساتذة الجامعات إضافة إلى الحكومة الديمقراطية.

في السنوات الأخيرة امن الكثير من المتعلمين بسلطة الدولة بل راح البعض إلى تأليه دورها باعتبارها الحامية للمواطن وحاجاته والموجهة لطاقات الفرد. ويرى المؤرخ والتر بيرنز أن على الحكومة أن ترعى المواطنين على طريقة دول المدن الإغريقية. أما أنصار المجتمع فأكدوا على أهميته الأخلاق العالمية التي تتأتى من الدين. ولكن الغرب انتزع القيم الأخلاقية من الدين ومنحها للدولة من خلال تفعيل الديمقراطية والقوانين والانتخابات وما إلى ذلك. وعليه تتخذ الديمقراطيات الحديثة طابعا سياسيا أكثر منه دينيا.

تراجعت فكرة الفردية في السياسة أو الإعلام في بعض المجتمعات كالملكية في السعودية والثيوقراطية في إيران والدكتاتورية العسكرية في العراق وليبيا وكمبوديا والقبلية في الفلبين والشيوعية العقائدية في فيتنام والصين وكوريا الشمالية وكوبا، يعكس جميعهم سلطتهم وعقائدهم على الصحافة في بلادهم. منذ الستينات وحتى الثمانينات ودول العالم الثالث والإتحاد السوفياتي واليونسكو يحاولون تطوير نظام معلومات واتصالاتي متطور، وكانت اليونسكو تدفع باتجاه خلق نظام معلوماتي جديد بعيدا عن سيطرة الغرب.

بإنهيار الإتحاد السوفياتي عام ١٩٩١ وجه الكثير من النقد للمنظمة التابعة للأمم المتحدة للأمم NWICO التي سيطرت هي ومنظمات داعمة مثل منظمة الصحافة الدولية ومجموعة ماركس العالمية على النقاشات الإعلامية لفترة

طويلة. صحيح أن منظمةNWICO اختفت إلا أن فكـرة دور الإعلام في تطوير الدولة وإشـراك المواطنين في تلبية احتياجات الأمة من اجل مجتمع متوازن ما زالت حية.

تجددت المطالـب بإعلام فاعـل أكثر عـام ٢٠٠٢ من خـلال المنظمات غير الحكومية التي اجتمعت فـي جنيف والتي دعت إلى مؤتمرات إقليمية لدراسـة هـذه المبـادئ ضمن حملـة لحقـوق الاتصال فـي مجتمـع المعلومـات. وكان الاجتماع الأول قد عقد في مالي عام ٢٠٠٢ أيضا.

أن حريـة الاتصـال والصحافة حـق لجميع الدول والشـعوب. مـع أن الفكرة تراجعـت بنهايـة الحـرب البـاردة لكنهـا عـادت الآن وبقوة. قـد تبـدو الأفكار المعادية للتحرر مسـتبدة إلا أنها قد تكون أكثر تحررا مما يسمى التحرر الغربي. فكل دولة تختلف فـي تعريفها للحريـة وإن الدولة والأنظمـة الإعلامية تخضع لسلطة ما قد يكون النظام السياسي أو الشعب.

أهمية السياق:

في محاولتنا لفهم معنى كلمة السـلطة عدنـا بالتاريخ إلى عهـد أفلاطون أول مدافع عن القانـون والنظام الملكي. فقـد أدرك أفلاطون مصلحـة الدولة ورأى الشـر والظلـم فيمـن يعارضها.واليوم يجـد أنصـار الصحافـة التابعـة أن أفكار أفلاطـون قابلة للتطبيق خصوصـا في الدول القبليـة التقليدية التـي ترى أن على الصحافـة تحقيق أهـداف الدولـة والانصياع لها بـل أن تكون شـريكا للحكومة بحكم السـياق الثقافي للمنطقـة أو البلد. فقد أكـد باحث باكسـتاني على أهمية الحرية حـق الحصول علـى المعلومات وشـدد على ضـرورة معرفـة الصحفي بالقيم الأصيلة للمجتمعات المختلفة.

بناءا على هذه الرؤيـة هل يمكن أن تكـون الحرية مفيدة لبعـض المجتمعات ومضرة للبعـض الآخر؟ هل مـن العدل أن نطلـق أحكامنا على حريـة الصحافة

في مجتمع ما دون الأخذ بالعوامل المختلفة كتطور الدولة واستقرارها وحالة التعليم الإعلامي والعادات والتقاليد ووعي الفرد؟. من الخطأ أن نطالب بحرية صحفية في كل الدول وإن توجه بعض المجتمعات نحو إعلام حر قد يكون مجانب للمنطق.

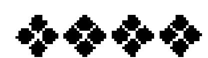
سيطرة الإعلام:

يعتبر الإعلام أداة هامة لانسجام المجتمع، فهو الآلية التي تستخدمها الدول ل"هندسة التقبل". والكلمة المفتاح هنا هي الهندسة التي توحي بوجود تكنيك معين موجه للعامة وليس النخبة. يرى ماير أن الإعلام الجديد يخلق اتفاقا لازما بين المجتمعات التعاونية والنخبة التي تعمل من خلالها.نعلم جميعا أن الإعلام مهم لأية دولة إما لكونه الناطق باسم النخبة الحاكمة أو أداة لنشر الأيديولوجيات أو أداة بيد جماعات الضغط أو الطبقات الاقتصادية أو العرقية والدينية أو السياسية. في أي مكان في العالم يستخدم بعض الأشخاص أو الجماعات الإعلام لتحقيق أغراضهم الخاصة، فلم ينظر للإعلام على أنه حر إذا ما استغله بعض المحررين أو مالكي وسائل الإعلام لمصلحتهم، ويعتبر مقيدا عند ما تستخدمه الدولة؟.

فلسفة الحرية:

إذا ما شاهدت التلفاز الأمريكي أو أدرت الراديو فانك ستسمع الكثير الكثير من الآراء حول حرية التعبير والصحافة. وقد نشر الكثير أيضا حول هذا الموضوع حتى فقد تأثيره. يشعر الناس والإعلام عموما أنهم يتمتعون بحرية كبيرة. لكن ما هي الحرية ؟وما مقدارها؟ وكيف تمارس؟. تورجو وادام سميث وجون لوك ودايفيدهوم ومؤسسو الولايات المتحدة أمثال وليام جودوين وامانيويل كانت من أهم دعاة الحرية والمدافعين عنها، وهم نتاج حركة الاستنارة الأوروبية التي ظهرت في القرنين الثامن والتاسع عشر والتي

تمخضت عـن حرية إعلاميـة تمثلت في فلسـفة الصحافـة في ذلـك الوقت. لا تنسحب هذه الحرية على دول العالم كافة بالطبع، برغم مما يعتقده الأمريكيون والأوروبيـون الذين يفترضـون أن الحرية مفيـدة للصحافة وللنـاس كافة، وأنها ضرورية للتطور القومي والثقافي ولاكتشـاف الحقيقة وللتعدديـة والتنوع. هذه المبادئ تمثـل الروية الأمريكية ولكنهـا غير مطبقة في بعض دول أفريقيا واسـيا والشرق الأوسط وأمريكا اللاتينية. اعتقد أن الحرية الصحفية تؤدي إلى صحافة أفضل خصوصا فـي دول بنفس تطـور الولايات المتحـدة. ولكننـي دائما أقول "عظ في بلدك وتعلم في الخارج".



أنظمة الإعلام العالمية: نظرة شاملة

يمتلئ العالم بالأنظمة الإعلامية، ولكن هل تسهم هذه الأنظمة في إسعاد الناس؟ كيف تحقق ذلك؟ يحاول هذا الكتاب الإجابة على هذه الأسئلة ويقدم مسحا لأبعاد تطور الصحافة في العالم. بالرغم من محدودية هذا المسح إلا أنه سيقدم للقارئ مشهد الصحافة في العالم.

تمارس الدول سلطتها على الإعلام باستمرار وبات التسييس جوهر الحياة، كما يراه هارتويل حيث أصبح يغزو مناحي الحياة فتجده في علاقة الأب بابنه والمعلم بالطالب والمنتج بالمستهلك حتى بين الرجل والمرأة. بل أنه يتسارع أكثر من أي وقت مضى حتى في المؤسسات الخاصة كالصحف التي ترتبط بتجارة ضخمة أو بالسياسة. وفي ظل هذه المتغيرات نجد أن "التشريع وديمقراطية السيطرة والقوة" هو الثابت. وإضافة إلى التسييس يتأثر الإعلام بالعولمة التي تسير باتجاه واحد من الغرب إلى بقية أنحاء العالم. وينظر إليها على أنها استعمار إعلامي بقيم غربية. علما بان العولمة لا تقلل من نزعة الدول والإعلام لرؤية الداخل وممارسة الأخلاقيات.

مزايا الميكافيلية:

على الرغم من اختلاف الأديان والقيم فإن هناك مبدأ يسيطرا على الصحافة اليوم إلا وهو الميكافيلية اللازمة لتحقيق الأهداف السياسية أو التفوق القومي أو التعاون مع الحكومة أو تحقيق الربح...الخ. مهما كان الهدف فإن الغاية هي النجاح وإن أية وسيلة يمكن أن تستخدم لتحقيقه. أن استخدام مبدأ الميكافيلية في الصحافة يهدد أخلاقيات هذه المهنة ويعزز التسييس وسطوة الدولة التي تتخذ كل الوسائل لتحقيق أهدافها بغض النظر عن الأخلاق. وقد نجد الميكافيلية في العمل وفي الإرهاب الذي يواجهه الغرب، وحتى ينجح الغرب في معركته عليه أن يعود لمبادئه ولقيمه التحررية.

استخدم ميكافيلي نفسه الوسائل المحترمة في تحقيق الأهداف ولكنه لم يقاوم الوسائل العملية إذا ما تعذرت الأدوات المشروعة. وكذلك يفعل الإرهابيون عندما يرون أن مهاجمة الجنود أو السياسيين لا يحقق لهم نجاحا سياسيا فإنهم ينسلون من مشاعرهم الإنسانية ويوجهون عملياتهم الانتحارية إلى المدنيين. وكذلك يفعل الغرب المتحرر الديمقراطي في مواجهة الإرهاب فيخرقون مواثيق الحقوق المدنية والضمانات الشرعية.

تستخدم الميكافيللية في تحقيق أهداف الصحافة كتحقيق الأرباح خصوصا الآن بسبب الأزمة الاقتصادية -بغض النظر عن الأخلاقيات-.

وهناك نوعان من الصحافة: الأولى التي تقودها النخبة الحاكمة والثانية الحرة المتمسكة بالقيم والأخلاق. هناك شذرات من الأخلاق في الصحافة النفعية ما زالت مطلبا حضاريا تحاول أن تتغلب على الميكافيللية أينما وجدت، بل تقترح عمل قانون صحفيا أخلاقي عالمي.

إلا أن القوانين الدولية والسيطرة على الصحافة في ازدياد، فهل سنشهد القضاء على القوانين الأخلاقية في الخطوة المقبلة؟.

لقد سبقت خمسة دول على الأقل ميكافيلي في مبادئه منها السياسي الهندي كاوتيليا الذي مزج بين البراجماتية والتعاطف لصالح الشعب والفقراء وخدمة الصالح العام وليس حماية الملك أو السلطة. كما لم يبرر استخدام أية الوسيلة كما دعى إليه ميكافيللي.

كما حذر العالم الأمريكي روبرت نيسبت من عواقب تنامي الحرية الفردية وسطوة الدولة على أعداد هائلة من البشر.

وأكد على ضرورة حماية المجتمع من الحرية الفردية.

وهناك محاولات في أمريكا لتحرير الصحافة ولإشراك العامة في النقاشات الإعلامية اليومية.

مستقبل أفلاطوني:

بحسب نيست فإن المثالية الأفلاطونية تراجعت في عالم الصحافة والأعمال الكبرى. فالمؤسسات الإعلامية الضخمة ذات القوة والكلمة الفصل في أي حوار عالمي أصبحت مستبدة. ويرى البعض الآخر أن الإعلام ضعيف ومنشق ولا يعدو كونه آلة للتغيير والظلم. يرى توماس هوبر المفكر السياسي البارز أن الناس يؤيدون سلطة الدولة عند حدوث التجاوزات لحفظ النظام. أن التعددية جزء من المجتمع الذي يجب الحفاظ على وحدته وائتلافه. فالوحدة في مواجهة التفرقة والإعلام في مواجهة التكتل وهنا تكمن معضلة الإعلام العالمي الحالي. يعتقد العديد من النقاد أن الإعلام الضخم المتطور يمتلك القدرة على التجميع ومنح القوة. فهو قادر على "حشد الجيوش للحرب بفضل الدعاية المنظمة" بحسب المراقب الإعلامي روبرت ماكنزي. وتستطيع السلطة بأي صورة كانت أن تفسد الصحافة أو السياسيين أو الأحزاب أو المنظمات وحتى الأفراد. على الصحافة العالمية أن تدرك مخاطر معارضة الحكومة وإن تعي أيضا أن للإعلام تأثير على الناس لا يقل أهمية عن تأثير الحكومة.

ثقافة الإعلام العالمي:

تشبه الثقافة الإعلامية في العالم ملايين الأزهار، فكل تربة تنتج شكلا إعلاميا خاصا بها. فمنها الإعلام الحر والمتطور اقتصاديا والديمقراطي والأخلاقي والمحمي حكوميا ومنها الذي يفتقر إلى كل ذلك. من الصعب أن نجد ثقافة حرة كليا ولكننا نجد ميلا للتطوير. فمجتمعات من هذا النوع تحتاج إلى درجة أعلى في التعليم ومقاومة التسلط والإحساس بالمنافسة واحترام التنوع. هناك ميل عالمي اليوم إلى ممارسة حرية إعلامية أكبر، ولكن من الصعب تحقيق ذلك في ظل الإرهاب الحروب والمناوشات والتفجيرات والتهديدات المستمرة.

ساهمت تفجيرات الحادي عشر من سبتمبر في زيادة الحظر على الصحافة

فالأمن القومي في قمة الأولويات. وفي قائمة نشرها"بيت الحرية" عام ٢٠٠٢ حول الدول القامعة لحرية الصحافة وحقوق الإنسان في العالم كانت أفغانستان وميانمار وكوبا وليبيا وكوريا الشمالية والمملكة العربية السعودية والسودان وسوريا وتركمانستان والشيشان والتبت وذلك لاعتبارات ثقافية أو دينية. كما شهدت حوالي مائتي دولة خرقا لحقوق الإنسان والصحافة. ويمكن اعتبار خمسة وثمانون صحيفة مسيطر عليه كليا أو جزئيا. وعليه فإن الوضع الصحفي غير مطمئن. وأدرجت بعض الدول تحت قائمة "الغير حرة" في أفريقيا واسيا والشرق الأوسط وبعض دول أمريكا اللاتينية. ويمكن اعتبار أمريكا وأوروبا فقط من الدول الحرة صحفيا -ليس بشكل كلي-. وحتى في الغرب المتحرر يرى بعض المثقفين أنه لا يجب السماح بحرية مطلقة للإعلام وهناك من ينتقد الرأسمالية الأمريكية الحديثة التي تطورت لتدمر نفسها بحسب لعالم الألماني جوزيف الذي يرى أن النخبة التي خلقتها الرأسمالية والتي تكسبت من ورائها تمارس عدوانية قد تؤدي إلى تدمير الديمقراطي.

يقوم الإعلام في بعض الدول على المعلوماتية والأخبار بينما في الدول الأخرى يعتمد على التسلية وتغييب الدور الحقيقي للشعب والنوع الثالث يجمع بين المعلوماتية والتسلية. وهناك إعلام رابع يسمى"لوح النشر" بحيث يتلقى المواطن نشرات حكومية دورية عن أنشطتها. وبذا يمكن القول أن الإعلام يشتت انتباه الناس عن القضايا الهامة ويدخلهم في دوامة من التناقضات. فالسياسة والاقتصاد يشكلان محور العمل الإعلامي وهما أهم من الحرية الصحفية. فنجاح الاقتصاد في سنغافورة والصين خير مثال على تحجيم دور الصحافة ودمج الإعلام في العملية البنيوية الشاملة لصالح الدولة. أما الدول الأوروبية والأمريكية فهي أكثر حرية، ربما يعزى ذلك إلى الرأسمالية ونظام السوق الحر. في النهاية على الإعلامي أن يتمتع بالحس العام والتنوع الثقافي للمجتمعات المختلفة وعليه أن يحسن التواصل والتعلم والمعرفة وإن يكون ايجابيا ومسؤولا ولينا.

الصحافة والديمقراطية:

ازداد النقاش في العالم حول الديمقراطية بعد هجمات ١١ سبتمبر. وبررت الحكومات إحكام سيطرتها على الدولة بدعوى " الأمن القومي"وفكرة حماية المجتمع، ودفعت الإعلام للتقرب من الحكومة التي بدورها شددت الرقابة عليه فوجهت القوانين الجديدة والسجون والعنف ضد الإعلاميين لمنع الاضطراب. وبالتزامن مع ظهور العولمة صارت الديمقراطية السياسية مطلبا.

لكن ذلك لم يجد نفعا، سنرى لاحقا أن الإعلام لم يقم بدوره في إدماج الشعب في القضايا السياسية العامة فالتكتلات الإعلامية الضخمة تهتم بالربح بالدرجة الأولى حتى أن بارونات الإعلام بدؤا يبتعدون شيئا فشيئا عن غرف الأخبار ليشاركوا في السياسة. فأسعار الأسهم والقيود الاجتماعية تحد من حرية الإعلام في كل مكان حتى في الدول الأكثر تحررا. كما أن البيروقراطية السياسية تحكم سيطرتها على مقاليد السلطة وعلى الإعلام نفسه، وهذا ليس عيبا برأي روبرت كابلن. فالديمقراطية والاستقرار السياسي والاقتصادي والصحي والبنى التحتية والاتصالات ضرورية لتحقيق الديمقراطية.

وعمليا وبحسب ستيوارت لوري فإن هناك خمسة مشكلات تواجه الصحافة في العالم وهي:

١- تكريس الصحافة للمصداقية و" الإصلاح السياسي"

٢- المساهمة في التقارير الواقعية إطلاق الآراء بناءا على معلومات موثوقة.

٣- تغطية القضايا الهامة وليست السطحية.

٤- كتابة التقارير حول القضايا الخطيرة دون أن يهدد ذلك حياة الصحفيين.

٥- السماح للجمهور بالمشاركة الفاعلة.

ويضيف لوري أن على الإعلام أن يمزج بين المفاهيم القديمة والتكنولوجيا

الجديدة، وأنه لابد من إشراك العامة في صنع القرار الحكومي والتأكيد على المساواة وتكافؤ الفرص. فالعدالة تعني المساواة وفقا لراؤول وروبرت نسبيتان. وقد يكونا مخطأين لأن المساواة لها دلالات لفظية معقدة. فهي كلمة واسعة ومبهمة وهو هامة للغاية بالنسبة للديمقراطيات الصارمة. إذ تجد الحكومات والإعلام صعوبة في تحقيق المساواة وجعلها أمرا واقعا.

وتبرز المشكلة الأكبر في ديمقراطية الإعلام. يعتقد الإعلاميون أنهم هم الذين يحددون الأخبار ووجهات النظر. ويرى السياسيون أنهم وكلاء عن الشعب أو الناطقون باسمه وإن الناس غير قادرين على اتخاذ القرار فيقومون الساسة بذلك عوضا عنهم. لكن الصحافة الحرة تتشبث بالديمقراطية برغم الأزمة بينها وبين السلطة. حتى كارل ماركس رأى أن " حرية الصحافة مطلب سابق لحياة ديمقراطية". مع أن هذه الحرية صعبة اليوم بسبب الاستبداد إلا أن الأمل موجود وباستطاعة الإنترنت أن يشرك الناس في القضايا العالمية وباستطاعتنا جميعنا أن نكون صحافيون.

وترى دارين بارني أن الكمبيوترات هي أجهزة خالية من التفكير الفلسفي والعمل الأخلاقي والحكمة. وتخلص إلى أن التكنولوجيا لا تدعم الديمقراطية بل تسبب المشاكل. إذا أن سيئاتها أكثر من حسناتها. وقد تسائل العالم سنستين عن قيمة الإنترنت فيرى أنه يحقق الهدف الديمقراطي إذا ما كانت المعلومات التي يقدمها الناس صحيحة ودقيقة أو من النوع الذي يمنح المواطن مشاركة سياسية فاعلة ويمكن الناس من التواصل بعيدا عن تسلط الحكومة.

في الصين مثلا نجد أن الإنترنت يغير وجه الأخبار ويسمح بوصولها إلى اكبر شريحة من الناس، ويقلل من المراقبة الحكومية. إلا أن الأمر ليس متروكا للسيطرة الشعبية بل تفرض الدولة أحكاما ضد المواد الهدامة أو ما يخل بالأمن القومي الأمر الذي يوحي بصحافة حرة. ولكن القول أمر والفعل أمر آخر، فالتصويت الانتخابي يختلف عن أن تكون جزءا من العمل الإعلامي أو

الحكومـي. ويزداد الانتقـاد حـول دور الإعلام في نشـر الديمقراطيـة في العقد القادم. إذ قام الإعلام بدور اكبر القرن العشـرين. فربما يحقق الإعلام في القرن الواحد والعشرين قفزة في المشاركة الفاعلة.

محاسبة الإعلام:

هل على الإعـلام الخاص أو العالمي أن يكون مسـؤولا عن رسـائله؟ يجيب الجميـع بالإيجـاب، ولكن مسـؤولا أمـام من وعـن أي رسـائل وكيـف؟. منذ الخمسينات ونحن نسـمع نقاشـات عن مسـؤولية الصحافة أمام المجتمع، فإذا كانـت مسـؤولة فيجب محاسـبتها من قبـل النظام، وتحاسـب فـي المجتمعات المتحررة من الرأي العام أو مـن الجماعات الضاغطة ومن القانـون. نظريا تقل المحاسبة كلما كان البلد متحررا.

فالمنظمـات الصحفيـة العالميـة مثـل "معهـد الصحافـة الدولـي" و"لجنـة الصحافـة الحـرة العالميـة" و"الجمعيـة الأمريكي للصحافـة" و"بيـت الحرية" دائمة القلق حول تطبيق آليات محاسـبة الصحافة في العالـم. وقد وضـع المحرر الفرنسـي كلاود بيرتاند قائمة باليات محاسـبة الصحافة اسـماها نظام المحاسبة الصحفية. منها آلية داخلية كتشـريعة الأخلاق العامة والنقد الداخلي واسـتطلاع آراء القـراء والضبـط الذاتي، وآليـات خارجية مثـل الإعلام البديـل والمراجعة الصحفية ومجالس الصحافة والـدورات الأخلاقية والكتـب والمقلات النقدية وجمع الآراء حـول الإعلام. أضـاف بيتراند الآليـات التعاونية مثل رسـائل إلى المحرر والتعليم المسـتمر ومـدرب الأخلاقيـات ومحقق الشـكاوي والجوائز والمكافآت. مع المحاسبة قد نخسر الحرية خصوصا مع الأنظمة الصحفية التي تقبل المحاسبة طوعا. أو قد تفتح هذه المحاسـبة باب النقد مما يسـهم في إعادة تقييم السياسات الصحفية وتحسين الأداء.

جودة الصحافة:

تطمح جميع الشعوب العالم إلى صحافة كفؤ. ويمكن أن نجد بعض الجودة في الإعلام الغربي المتقدم إذا كان يتبع النظام الرأسمالي، وقد يجد البعض في هذا غطرسة فالجودة مفهوم ثقافي وهذا ينطبق على النقد الذي وجه للصحافة "العمل الجيد يعني أن تلتقي الجودة مع الأخلاق". برغم ذلك فإن هناك إجماع على أن الجودة توجد في الدول الأكثر تقدما. وخلص تقرير نيمن إلى وجود ثلاثة أخطاء للصحافة وهي: أن الصحفيون يعملون من اجل البيع وليس من اجل الحقيقة، وهناك انحطاط للقيم والأخلاق يتناسب مع متلقي سوقي، وامتلاء الإعلام بالإثارة والتسلية. ولا تجد الصيحات من اجل صحافة أفضل صدى. والأمثلة كثيرة على الإعلام السيئ مثل "الجازيت" و"المجلة الأوروبية للاتصال" و"ملتقى الإعلام الحر" وغيرها. ولكن مؤسسات مثل ابي بي سي وناشيونال جيوجرافيك والنيويورك تايمز خير مثال على الإعلام الجاد. واضح أن محتوى الجودة الإعلامية يختلف من مكان إلى آخر. بعد دراسة مستفيضة عن جودة الصحافة وجد أنه يمكن قياس جودتها عندما:

١- يقرؤها أصحاب الرأي عالميا

٢- تتواجد في المكتبات الرئيسية في العالم

٣- يقرؤها السياسيون في مختلف الدول

٤- يستشهد بها في الدوائر الأدبية

٥- يستخدمها كبار القادة في خطاباتهم

٦- جذابة الإخراج والطباعة

٧- عميقة المحتوى وجادة

٨- تركز على العلاقات الدولية والسياسية

٩- تركز على الاقتصاد والعلوم والعقيدة والفكر

١٠- عالمية ووثيقة الصلة بالأخبار

١١- تشتمل على آراء القراء ومقالات الضيوف

١٢- تركز على النقد الاجتماعي والأدب والفن والموسيقى

من المستغرب أن الصحف المميزة لا تصل إلى جميع القراء، فقد لا يكون الناس مثقفون أو عندما يقرأون الصحف لا يلتفتون إلى الموضوعات الجادة. فنجد أن جيل الرخاء في الولايات المتحدة لا يقرأون الصحف. وعندما يقرأونها فإنهم يركزون على أخبار الجرائم والمجتمع والرياضة والصحة. و٢٥٪ منهم فقط يطالعون الأخبار العالمية والأعمال.

ولكن هناك صحف جادة تحاول أن تقدم الموضوعات التي تهم اكبر شريحة من القراء على اختلاف ثقافتهم وهذه الصحف هي بالترتيب Abc اسبانيا، الأهرام المصرية،ashahi اليابانية Christian science monitor الأمريكية،frankfurter allgemeine الألمانية،guardian البريطانية، le mondeالفرنسية، Miami heraledالأمريكية، neue zuercher zeitung السويسرية، new york timesالأمريكية،borga اليوغسلافية، osservatore romano الايطالية، pravada السوفياتية timesالبريطانية.

وهناك صحف أوروبية أخرى تدخل ضمن معيار الجودة مثلLE VIGARO الفرنسية وGLOBE & MAILالكندية وexcelsior المكسيكية. هذه الأسماء من الصحف الجادة التي تسعى إلى تقديم الأفضل وتصل إلى مختلف القراء وهي مثال على الصحافة الجادة، ويجب أن تشجع الصحفيين أينما كانوا على تحسين أدائهم حتى أن الحسد محمود في هذا الشأن فقد يكون دافعا إلى الجودة والمستوى النخبوي المتميز.

الإنترنت:

في ظل فوضى الإنترنت الخارج من دائرة الإشراف والذي يمكن أن يكون مبعث تهديد لسيادة الدولة لان مراقبة الاتصالات جزء من عملها. وهذا يضيف تحديا جديدا للحكومات الوطنية. من الصعب بل من المستحيل السيطرة الكلية على الإنترنت، كما لا يمكن للحكومات السيطرة على الإعلام القادم من الخارج كموجات الراديو أو الصحافة السرية. والآن كما في السابق فإن الوصول إلي معلومات غير مرخصة هو حكر على نخبة من الذين يتقنون لغة أجنبية أو القادرين على استخدام التكنولوجيا.

من حق الحكومات الاستبدادية أن تقلق فالإنترنت يعمل كنظام عالمي لممارسة التجارة والسياسة والسياحة العالمية.

لكن بعض الدول تواصل تحجيم الإنترنت بمراقبة مقاهي الإنترنت و"المودمات" كما يمكن إغلاق مواقع معينة، ولكن من خلال تنوع التقنيات والمواقع البديلة والبريد المجهول يمكن للشخص الوصول إلى ما يبحث عنه دون عناء. وهذا ينسحب على الساتلايت والهواتف العاملة بواسطة الأقمار الصناعية. في السابق كان يسمح للبعض بالحصول على المعلومات الخارجية الغير رسمية شريطة معرفة اللغة والخبرة في المجال المعلوماتي خارج شرنقة البيانات الوطنية. هناك قانون غير مكتوب يسمح بالاستخدام الحر للساتلايت. صحيح أنه لا يسمح بعرض بعض المواد كالأفلام الإباحية أو الأخبار الناقدة للحكومة في دول الشرق الأوسط إلا أن الناس يستطيعون الوصول إلى ما يريدون مما يشكل تهديدا للحكومة.

تحاول بعض الحكومات أن تتبع سياسية أكثر انفتاحا فالسعودية مثلا سمحت بفتح مواقع كانت قد منعتها من قبل بل وتعاونت مع جامعة هارفارد لدراسة تأثيرات ذلك. وعندما أغلقت الصين موقع google لم يتطلب الأمر

من البعض سوى عشرون دقيقة لفتح الموقع وبذلك يكون تفكير الحكومة غير منطقي. حتى الدول المنفتحة تواجه مشكلات من هذا النوع فمذكرات هتلر "كفاحي" والأفكار النازية ممنوعة من الطرح في المواقع الألمانية لكنها متوفرة في مواقع أخرى ويمكن الوصول إليها بسهولة. نفس المشكلة تواجه أمريكا بحظر الأفلام الإباحية للأطفال لكنها أيضا موجودة على الشبكة. فما هي الآلية لحظر هذه المواقع دون إتباع النموذج السعودي أو الصيني؟

في معرض حديثنا عن الاختلافات بين الديمقراطية الأوروبية والأمريكية تجدر الإجابة على السؤال التالي، هل تعتبر محركات البحث الجامعات التي تعقد نقاشاتها على الشبكة مسؤولة عن أفكار وآراء مستخدميها ؟ سيجيب الأمريكيون بالنفي. وقد يجيب البعض بالإيجاب.

وفيما يتعلق بحرية التعبير هل تؤخذ الخصوصية والكرامة الفردية بالحسبان؟ ستنحاز أمريكا إلى حرية التعبير حتى في قضايا دعارة الأطفال أو الأمن القومي. في حين أن الدول الأخرى تضع الكرامة الشخصية والصالح العام والأمن القومي في قمة أولوياتها.

أن قانون الحلقة الأضعف الذي يقر أن ما هو مسموح به في أية دولة يمكن نشره وتعميمه إلى باقي الدول إلا إذا امتلكت الحكومات غير الراغبة بمثل تلك المواد آلية للسيطرة على المعلومات الواردة. أن ما ينشر على الإنترنت قد يمثل تحديا لأي دولة. فقد يجد إنسان نفسه مدانا في قضية في دولة لم يزرها وفي مواد لم ينشرها.

وعليه فإن الصحافيون والأكاديميون ضعفاء لان عملهم الآن يقتضي استخدام الإنترنت وسيصبح الإنترنت موضوعا عالميا يحيط بحرية الصحافة التي تتنامى.

بعض المنغصات:

يمكن حظر بعض الكتب التي يدور معظمها حول الدين أو الجنس في الولايات المتحدة أو إزالتها من مكتبات المدارس بناءا على طلب الأهالي. قد يشتكي الأمريكيون من ضعف القوانين التي يجب أن تفرض على حرية المعلومات وبالمقارنة مع الحكومة البريطانية التي تستطيع أن تمنع أي كتاب ترى أنه يشكل تهديدا لأمنها القومي. وما لا يعاقب عليه القانون الأمريكي باعتباره معلومات تعاقب عليه دولا ديمقراطية أخرى، فالحرية مسالة نسبية وفي أماكن أخرى غير موجودة فقد يسجن الصحفي أو حتى يختفي لنشره مواد غير مسموح بها.

وفي أمريكا تنتشر الإعلانات تحت اسم "الخطاب التجاري" المحمي من الدستور الأمريكي دون مراقبة ولا قوانين ضابطة. لكن الأمر مختلف في أوروبا فإن دعاية أمريكية لشوكولاته قليلة الدسم تقول أن " محيط خصرك سيحبها وانه يمكنك اثبات ذلك وأنها وجبة خفيفة لما بعد المدرسة لن تفسد عيك عشاءك". فلا تأت الإعلانات على سيرة الحمية في بلجيكا، لا علاوة على المبيعات في فرنسا، ولا يسمح للطفل بأكل الشوكولاته بعد المدرسة في ألمانيا، ولا يجب ذكر الطبيب في إعلان تجاري في بريطانيا. ومن الأمور الخلافية أيضا بين أوروبا وأمريكا موضوع الاستفتاءات الانتخابية. فيستحيل في الولايات المتحدة منع نشر التوقعات الأخيرة لاستطلاع الانتخابات غير الرسمي لان إعلان التقديرات الأخيرة للانتخابات قد يغير نتائج السبق في مناطق مختلفة. لكن بعض الدول الأوروبية تحظر نشر التوقعات الانتخابية قبل أسبوعين من موعد الانتخابات كي ينتخب المواطن مرشحه بمعزل عن تأثيرات الرأي العام وهذه هي الديمقراطية برأيهم.

يظهر تقرير للأمم المتحدة للتطوير البشري عام ٢٠٠٢ قابلية عالمية لحرية

الصحافة من اجل عالم أفضل. والاهم أن التقرير أجرته هيئة الأمم المتحدة لبرامج التطوير بعد أن كانت تتجنب مناقشة الحريات السياسية والمدنية والإعلامية الغربية لعدم إمكانية تطبيقها على باقي دول العالم. أن استخدام معايير "بيت الحرية" سيثير شكوى البعض من التحيز للنمط الغربي ومعاييره. لكن انتصار "بيت الحرية" جاء عقب تقرير عام ٢٠٠٢ اظهر أن معايير الحرية الصحفية الغربية عالمية أكثر منها غربية. وخلص التقرير إلى أن الحرية الصحفية تقود إلى الديمقراطية.

يقوم الإعلام الحر بثلاثة ادوار رئيسية في تعزيز الحكم الديمقراطي:

- باعتباره منتدى مدنيا فانه يمنح الفرصة لمختلف فئات المجتمع من المشاركة بآرائهم
- باعتباره وسيطا تعبويا فانه يسهل الاندماج بين القطاعات المدنية في المجتمع ويقوي قنوات المشاركة العامة.
- كمراقب فانه يراقب إساءات السلطة ويزيد الشفافية الحكومية ويحاسب المسؤولين على أعمالهم في محكمة الرأي العام.

أخلاقيات الصحافة العالمية:

أصبحت التكنولوجيا في عالم ما بعد الألفية الثانية والحادي عشر من سبتمبر المتغير الذي يؤثر على أخلاقيات وسائل الإعلام. يقول هاردت أن دراسة وسائل الاتصال لا تفهم إلا من خلال دراسة المجتمع من حرية التعبير من عدمها. ودراسة ديمقراطية وسائل الاتصال الجماهيري التي يجب أن تنهض لتصبح جزءا من عملية موقف الفرد في ظل المجتمعات الغربية الصناعية.

وهذا يتطلب دراسة شاملة لأخلاقيات وسائل الإعلام. أي أن أخلاقيات الصحافة يجب أن تستند على نظرية مبررة أدبيا كجزء من الأخلاقِ الاجتماعية الساكنة في النسيجِ الطبيعي الذي يمارس فيه الإعلام عمله.

يجب على هذه المجتمعات أن تعتمد على النظرية المبررة لان الصحافة المحترمة لا تعمل إلا في المجتمعات التي تحترم العادات الأخلاقية.لكن التكنولوجيا تحدث ضغطا على المجتمعات الأصيلة على المستويات الإقليمية والمحلية والوطنية لتصبح أكثر تعددية وشمولا. فهناك مجتمعات لا تسعى بل تقاوم أشكال الحداثة الاقتصادية أو السياسية أو الثقافية. فالحداثة تتطلب تعددية ونظاما اجتماعيا متنوعا في رسائله وبدائله. على عكس الثقافات الفردية في المجتمعات التقليدية التي يسيطر عليها نظام إقليمي واحد وتتبع أسلوب إخماد المعارضة. من مزايا الانفتاح والنقاش والحوار بحسب باري. مع أن تكنولوجيا الاتصال سهلت فكرة تعددية المجتمعات إلا أن غالبية المواطنين قد لا يستطيعون تحمل مثل هذه النقاشات في بسبب تعصبهم.

لقد صارت الاتصالات من أكثر المتغيرات قوة وتأثيرا، فهي تحفز المجتمعات من خلال المقارنة من جهة، وتثير الصراعات الاجتماعية بسبب تنامي التعددية الثقافية والعولمة في الدول والمجتمعات المحلية من جهة ثانية. وفعلا اختبر القرن الواحد والعشرون عددا من حالات التوتر والصراع بين الحداثة والرجعية، وبين التعددية والفردية وبين القبلية والدولة. أن انقسامات الحرب البارة كالرأسمالية والاشتراكية والديمقراطية والشيوعية أدخلت الناس في صراع عقائدي. هذه الظواهر الاجتماعية العميقة انعكست على عمل الإعلاميين والأخلاقيات المهنة. وينبغي الإجابة على مجموعة كبيرة من الأسئلة تتعلق بتكنولوجيا الاتصالات مرتبطة بأخلاقيات الصحافة في القرن الواحد والعشرون:

- في الماضي وعند ظهور البروتستانتية كان بإمكان أي شخص أن يصبح راهبا ويقرا الإنجيل لنفسه. فهل تجعل ثورة الاتصالات اليوم أي شخصي صحفيا في ظل تعدد وسائل الإعلام؟
- هل سيظهر الإعلام المهني في المستقبل بشكل يختلف عما هو عليه الآن

كوسيلة وصفية للحداثة الحالية؟ وهل سينعدم الاحتراف الصحفي في المستقبل ويصبح أداة للتعليم المعتمد على استرجاع معلومات الكمبيوتر وبالتنقيب عن المعلومات من مصادر شخصية ؟ وأكثر من ذلك هل ستندثر القيم الأخلاقية للصحافة ولمحترفيها؟

- هل ستحتفظ الأخبار بمضمونها وقيمتها مع وجود معلومات جاهزة ربما سطحية تقدم لمشاهد بخلفيات ومواقف متنوعة ؟
- هل ستذوي الأجندة الإعلامية التقليدية في العالم بسبب تخمة الأخبار غير المنظمة القادمة عبر القنوات الإلكترونية مع غياب تقييم الغث من السمين؟
- هل ستحتفظ وسائل الإعلام العريقة بقوتها في ظل الاقتصاد العالمي، وهل سيقلل الاندماج السياسي الدولي من أهميته الإعلام كجامع للأخبار ومؤثر في الرأي العام؟ هل ستتآكل القوى المركزية نتيجة لتأثير البث المكثف ل ٥٠٠ قناة ؟ وهل ستفقد هذه القنوات تأثيرها بسبب وسائل الإعلام المنتشرة والتي تستطيع إيصال المعلومات إلى أي مكان وأي شخص في العالم؟
- إذا كان الأمر هكذا من سيوفر للناس الكمبيوترات وفيما سيتحدث الفقراء عبر التكنولوجيا؟ قد يجادل البعض بأن هذه هي استحقاقات التكنولوجيا، وإذا كان القرن العشرون قسم الناس سياسيا واقتصاديا هل سيقسم القرن الواحد والعشرون الناس بمن يملكون التكنولوجيا ومن لا يملكونها؟
- يساهم مهندسو الكمبيوتر الذين يعملون في شركات الكمبيوترات فيما يسمى "بسياسة اتصالات عالية" وهي - سياسة تسعى إلى نشر الرسائل وتقليل كلفتها- فهل سينتج عنها عصر جديد من "أنصار المجتمع"؟
- وهل سيكون هناك عزل بين المستفيدين من تكنولوجيا الاتصالات وبين

الذين لا يستطيعون أو لا يريدون التكنولوجيا بأشكالها المتنوعة؟

هـذه بالتأكيد أسئلة ثقيلة مطلوب الإجابة عليها من اجل التعريف الدقيق للمفاهيم والتركيبات.

ما هي الصحافة:

إن أي نقاش مقنع في أخلاقيات الصحافة يتطلب تعريفا عمليا لها. أن الصحافة تعني ما يقوم به الصحفيون. فالعاملون في الصحف أو في مجال البث في الغرب يسمون أنفسهم صحفيون. وهم أيضا كما يسميهم هاريز"الخبراء الموزعون" فمن هم أن لم يكونوا صحافيون يقدمون التقارير للتلفزيون والجرائد والبرامج ويستقبلون الضيوف، وتحليل الأخبار من القضايا الهامة، فهل يعتبر الإعلاميون الذين يقدمون الأخبار أو الدعاية لايديولوجيا الحاكم في الدول الاستبدادية غير صحفيين؟ والذين يسيطرون على الإعلام وفي البلاد الحرة، والذين يمارسون مهنة الصحافة والمسوقون والمنظرون الذين يقدمون رسائل مختلفة للإعلام هل يمكن اعتبار أولائك جميعا إعلاميون، حتى لو افتقرت مؤسساتهم إلى الموضوعية والنزاهة؟ هل يعتبر هذه النوع جزءا من الإعلام؟.

علماء يمثلون النظام، ليسوا صحفيون:

لقد وضع علماء الصحافة الغربيون أنفسهم في مكانة الصحفيين في الدول الاستبدادية مع أنهم في الحقيقة ليسوا صحفيين بل يمثلون نظاما خاصا. اختلف الباحثون في تصنيف نوعية الإعلام الذي يندرج تحت "نظام الإعلام الوطني" الذي يركز على رسائل معينة تحاول فيه الدولة مأسسة الصحافة وتدعي الموضوعية والعدالة في تغطيتها للأخبار. أما الإعلام الكفؤ فيصف طريقة تقديم الأخبار بالعتبة الثابتة وهو تشبيه جيد.

يتعامل الصحفيين مع الحكومة للحصول على المعلومات حول الشؤون العالمة كما تقتضي الأمانة الصحفية، لكن وبعد التعامل مع نفس المسؤولين

لسنوات عدة في تغطية القضايا السياسية فإن الصحفيين الماهرين يقيمون علاقات جيدة مع هؤلاء السياسيون ويصبحون من المدافعين عن التعاون المشترك بين الشؤون العامة ووسائل الإعلام. أما المسوقون الذين يتعاملون مع الإعلام لتقديم نوع معين من الأخبار أو ما يسمى بالصحافة التجارية فلا يمكن اعتبارهم صحفيين بحسب أخلاقيات الصحافة. لان المؤسسات الإعلامية الخاصة لها اعتباراتها المختلفة عن الصحفية. وعادة ما يكون الفرق بين الوسطاء الإعلاميين والصحفيون ضبابي. حيث يقارن هؤلاء الوسطاء في النظام الحر بالصحفيين في الأنظمة السلطوية. مع أن عملهم يتطلب معرفة إعلامية ومهارة إلا أنهم غير مدربين على العمل الإعلامي أو الصحفي من إعداد التقارير وجمع المعلومات وتحريرها والتعليق عليها. أن الخلط بين الوسطاء والصحفيين يعود لأسباب منها انتشار الأخبار الترفيهية والتجارية على القنوات التلفزيون وانتشار شركات النشر المكتبي من قبل جماعات لها اهتماماتها الخاصة وهو أمر خطير في عالمنا الحديث. وإن انتشار المعلوماتية العالمية وسهولة الوصول للأخبار يزيد الغموض ليس فقط حول تشكيل الأخبار ولكن أيضا حول تحديد الصحفي الصادق الموثوق من غيره.

لا يكمن دور الإعلامي في مواجهة الخطر:

إن العمل الإعلامي سيكون آمنا في المستقبل وبإمكان الصحفي الآن الحصول على المعلومات الرئيسية أو الخام من الكمبيوتر مع أن جمع المعلومات من مصادرها سيبقى الأهم. إلا أنه ومع التطور الهائل في التكنولوجيا فإن جمع المعلومات ما عاد يعتمد على المصدر الشخصي كما في السابق. فكما لم تقلل التغيرات التي طرأت على المعتقدات الكهنوتية وانخفاض سعر إنجيل جوتمبيرج من الحاجة إلى كنيسة كمؤسسة، فلن تهدد تكنولوجيا المعلومات أو تقلل من أهمية العمل الصحفي المتخصص أو الصحافة كمؤسسة.

يمكن لهذه التكنولوجيا أن تفرغ الصحفي من عمله وتجعله منظما ومراقبا

للمعلومات الواردة للصحيفة. كلا بل سيشهد الصحفي والصحيفة تغييرات جذرية بما يرافقهما من نتائج أخلاقية. ومن الواضح أن نسبة هائلة من الناس ستستمر بالاعتماد على الصحفيين لخبرتهم وعلى الإعلام- الإلكتروني والمتلفز أكثر من اعتمادهم على الإعلام المطبوع- في الحصول على الأخبار والتعليق على الأحداث الجارية. كما سيرجع الناس إلى الإعلاميين للتحقق من المعلومات المهولة الواردة وستبقى لأخبار الإعلاميين قيمتها كما هو دارج في الأنظمة الحرة ولتدعيم العقيدة في الأنظمة السلطوية.

الصحفيون يخسرون احتكارهم للمعرفة:

من أسوأ نتائج الثورة الإعلامية على الإعلاميين ووسائل الإعلام عامة هو خسارتهم لاحتكار المعرفة. لقد علق البعض قائلا أن الإعلام المطبوع يعتمد على الإعلانات والأخبار وإن الصحافة الحرة فعالة في نشر القيم التجارية والصناعية. بالطبع فقد اعتمدت أنظمة الصحافة السلطوية على الاحتكار للسيطرة على ما يعرفه الناس وما يفكرون فيه. ويصدق هذا على إعلام السوق الحر الذي لا يستطيع أن يقدم ما يخالف معتقدات ومعارف مواطنين مطلعين وناقدين. وستضمن تكنولوجيا الاتصالات العالمية قوتها وسيتمكن المشاهد من مصادر المعلومات، وعلى الصحافة ومؤسساتها الدفاع عن جودة ما تقدمه من أخبار.

أما الصحافة التجارية فستنافس المحترفة على الحصص المالية في سوق المستهلك. وسيبحث المشاهد الغير راضي عما يقدم في الإعلام عن قنوات أخرى. وعندما تحتدم المنافسة بين الأخبار والإعلانات في اقتصاد السوق الحر فإن التداعيات الاقتصادية الناجمة عن انقسام الجمهور قد تكون مدمرة للمنظمات الإعلامية ماديا. وبالفعل اشتكت إحدى المؤسسات الإعلانية الغربية من هذا الانقسام أو التفتت وأصبحت تعاني من صعوبات في الوصول إلى أسواقها عن طريق وسائل الإعلام وبالتأكيد فإن بعض المؤسسات الإعلامية قد تخرج من السوق.

الإعلام يخسر القدرة على التخطيط:

قد لا يكـون للاعتبـارات الاقتصاديـة كبيـر أهمية بالنسـبة للمؤسسـات التي تملكها الدولة أو الحكومات السـلطوية، لكن هذه الأنظمة ستخسر قدرتها على التخطيط والتفرد في توجيه المحتوى الإعلامي. وسيستمر التغير في الامبريالية الثقافيـة والدعايـة التـي سـيزيد إحساسـها بالنقص بشـكل هسـتيري. سـتمكن التكنولوجيا الذيـن يعتبرون أنفسـهم جزءا من عالـم المعلومات مـن الحصول على فرصة لمنافسة المؤسسات الإعلامية العالمية.

خسارة الاحتكار ستؤثر على الأخلاقيات:

ستؤثر خسـارة الاحتكار على أخلاقيات أنظمة الإعلام على اختلاف أنواعها ذلك أنـه لا يوجـد معاييـر أخلاقيـة ثابتـة لدخول عالـم الإعـلام. وغالبـا ما لا يدرك أنصار الإعـلام الحر هذه الحقيقة. وسـيظهر التوتر بيـن الإعلام التجاري والإعلام الحر بسبب التنوع الهائل للقنوات وليس هذا فحسب بل سيمتد التوتر والتنافس إلى الذين يعتبرون أنفسـهم جزءا من نظام المعلومات الجديد والذين يعتقدون أنهم من بقايا صحافة التكتل الشرقية.

ستبقى المطالبة بأخلاقيات الصحافة:

ما يعتبـره النـاس والحكومـات غيـر قانوني يقـررون فـورا أنه غيـر أخلاقي، وسترتفع الصرخات عالية مطالبة بأخلاقيات الصحافة من الذين يرون أن قيمهم وثقافتهـم ومعتقداتهم اعتدي عليها. يرى البعض أن مسـؤولية الصحافة مسـالة نسـبية. ستشـارك القنـوات الإعلاميـة ذات التدفق الهائـل وما يسـمى "كهنوت الصحفييـن" فـي إعـادة تشـكيل الاتصـالات التـي تشـكل جـزءا مـن الإعلام الحـر. وسـترتفع كلفـة التكنولوجيا فـي المسـتقبل سـترتفع وسينتشـر الإعلام عالميـا وترسـخ التعددية سـيحيط الغمـوض بالقوى المسـيطرة علـى الأخبار والمعلومـات. سـيحدد الصحفيـون المحترفـون أو الصحفيـون "الكهنـوت" المتشددون ماهية الأخلاقيات التي يقدمونها في الإعلام.

الإعلان العالمي والعلاقات العامة:

توسعت الأسواق العالمية من خلال الإعلانات والعلاقات العامة نظرا لتشابك الاقتصاد العالمي. ومثال ذلك شركة المحاسبة "اندرسون" ذات التسع وثمانون عاما من العمل امتدت فروعها لتصل إلى أربعة وثمانين فرعا في دول العالم المختلفة عام ٢٠٠٢. ومن القضايا البارزة أيضا إدارة الأزمات في عالم الاتصالات. لقد خلق الإنترنت وعيا بالأزمة وكيفية إدارتها من خلال تنوع المعلومات والرؤية المطلقة للحداثة. كما غزت التكنولوجيا العالم من هواتف وأقمار صناعية وكمبيوترات وانترنت وجعلت عملية إرسال وتبادل المعلومات في متناول الجميع حتى أن الموظفين في أي شركة قد يعلمون بالأزمة من بدايتها.

أن متلقي الرسائل الإعلامية هم قراء متطوعون والمشكلة تكمن في أن الرسالة قد لا تكون موجهة إليهم. مثل الإعلان عن منتجات غير متوفرة في أسواقهم. وقد تفهم الرسالة على غير ما تعنيه بسبب الرومانسية والخيال اللذان يغلفان المحتوى الإعلامي للإعلانات وما يترتب عليه من آثار سلبية كما عدم توفر المنتج في الأسواق يسبب إحباطا للمشاهد ربما لمسائل تتعلق بالاستيراد أو التبادل التجاري. ومن الممكن أيضا أن لا يفهم فحوى الرسالة الإعلامية أو الإعلانية. ومثال ذلك ردة فعل البعض على هجمات الحادي عشر من سبتمبر، ففي بعض الدول اظهر الناس سعادتهم لما جرى الأمر الذي اغضب المشاهد الأمريكي. وهناك مشكلة أخرى هي أن التصوير الفوتوغرافي على الإنترنت قد يكون محسنا عما هو عليه. فالإعلام باعتباره مصدرا للمعلومات ووسيلة للاتصال يشكل في حد ذاته مؤثرا كبيرا في العلاقات العامة والإعلان المعتمد على دقة التصنيع والتصميم لإقناع المستهلك بالمنتج أو الخدمة المقدمة أو حتى الفكرة. أن الإعلام الغير منظم يعقد هذه الجهود ويخلق المشكلات وخصوصا عند عدم تقدير المحتوى الإعلامي الأجنبي الذي يكون حكرا على بعض النخب المثقفة. لكن التجاوب مع الأزمة والشكاوى العالمية لا يكون

كذلك فهناك مفاهيم تم تكييفها بحسب الثقافة والدين في المكان الذي تنشر فيه، وعدم الالتفات إلى المخرجات الثقافية لأي بلد قد يقود إلى اشتباكات وأحيانا إلى أزمات.

أن انتشار الإعلانات والعلاقات العامة له بالغ الأثر في زيادة أعمال الشركات وتوسعها خصوصا الشركات متعددة الجنسيات التي تتوسع في الأسواق المحلية عن طريق شراء الشركات الخاصة وتحويلها إلى فروع للشركة الأم، كل ذلك بفضل الإعلان والعلاقات العامة. حتى في وقت الكساد العالمي لم تتوقف الشركات عن العمل بل أن الفروع المحلية تمكنت من متابعة العمل بسبب استراتيجيات الإعلان والاتصالات.

هناك ثلاثة طرق للتخطيط للحملات العالمية: القياس حيث يتم وضع المعايير في المقر الرئيسي للشركة ويتم تطبيقها على باقي الفروع. والتكيف حيث تيم التعديل بما يتناسب مع البلد الذي تطبيق فيه أما الخصائص فإن الخطط الإستراتيجية توضع لتناسب البلد العاملة فيه. أظهرت الأبحاث أن القياس نادرا ما يستخدم وقد يبدو هذا غريبا في ظل عولمة الإعلان وانفتاح الأسواق لمختلف أشكال الإعلانات والدعاية. لكن المعيار الثاني التكيف أكثر أهمية لإدراك المعلن بخصائص كل بلد وإن ما يتم استخدامه في منطقة ما قد لا يناسب الأخرى بحكم العادات والدين. والمثير في الأمر أن المشاهد قد ينتقي من الإعلانات ما يراه مناسبا، لكن الأخبار أمر آخر. ففي الأخبار يطغى التفسير والتحليل أكثر من الانتقاء الإعلاني.

أن التعميم أمر خطير ولكن الإعلام يعمل مع المؤسسات الحكومية وغير الحكومية ويدخل السوق إلى جانب شركات أو مشاريع صناعية أو تجارية. وعلية فإن الإعلان والعلاقات العامة يتماهى مع الإعلام العام. بدأ هذا الخلط عندما بدأت الحكومات تستخدم الإعلام بقنواته المتنوعة لتوجيه الحملات الاجتماعية فخلطت بين الإعلان والدعاية والترويج. ولان العديد من الشركات

الإعلانية تدخلت في هذه الحملات صارت الحاجة إلى تطوير دائرة للعلاقات العامة، وتشكلت مؤسسات الإعلان والعلاقات وفتحت مكاتب في الخارج لتوفير هذه الخدمة وهذه المكاتب اتصلت بوكلائها التجاريون. وبلغ تأثيرها لدرجة أن المرشحون السياسيون بدأوا يستعينون بهذه الشركات. حتى أن العاملين في مجال الإعلان والعلاقات العامة والمنظمات المتخصصة اثروا على التعليم لان بعض هذه المنظمات تقوم بتدريس هذا المجال مما رفع مستوى التعليم في تلك البلاد. فإن الشركات المتعددة الجنسيات بحاجة إلى موظفين متعلمين مؤهلين إذ لا وقت اليوم للتعلم أثناء العمل.

يهتم الأوروبيون في العملية التعليمية بالانضباط قبل لاحتراف ويدأوا الآن بإضافة مواد جديدة في تدريس الإعلان والعلاقات العامة ومن السهل القيام بذلك في بلاد عريقة في تعليم الإعلان. أن التوسع في تعليم الإعلان والعلاقات العامة في الجامعات وحتى في البلاد التي أدركت أهميته في حملاتها العامة يوضح أهمية هذا المجال في أوقات الأزمة.

آسيا والمحيط الهادئ

تعد استراليا وسنغافورة ونيوزيلندا وهونج كونج من أنشط الدول في قطاع الإعلان والعلاقات العامة. كما تقدم الهند نموذجا جيدا في هذا المجال، أم اندونيسيا وتايلاند فيتقدمان بخطى بطيئة لما تعانيانه من أزمات، والباكستان مشغولة بالشغب والنزاع الذي أثير بسبب الجارة أفغانستان. والصين العملاق المتيقظ صاحب السوق المتنامي في المنطقة فيتعامل مع الإعلانات والعلاقات العامة التي يقدمها الإنترنت مع أن الصين تهتم لهذا الوسط الواسع الانتشار أكثر من تايلاند، إلا أن هونج كونج والفلبين من الدول السباقة عالم الإعلانات وذات تاريخ طويل في ممارسته برغم الصعوبات. تبقى هونج كونج سوقا هاما للسلع الاستهلاكية فهي ترتكز على التجارة. في المقابل تسعى سنغافورة لبناء اقتصاد على أساس المعرفة والتكنولوجيا والإعلان والعلاقات العامة اللذان

ازدادا من حجم التجارة المتبادلة. يزدهر تعليم الإعلان في سنغافورة حتى أنها تعد الأولى في العالم من حيث عدد الشركات الإعلانية العالمية والمحلية.

الصين وسنغافورة من الدول الهامة في تتبع تطور الإعلان وأنشطة العلاقات العامة وتعليمه. وبحسب منظمة التجارة العالمية فإن الصين بدأت تركز على الشركات التكنولوجيا والعلاقات العامة إلا أن النظام الإعلامي والثقافي والسياسي يشكل تحديا في وجه هذه الشركات فعملية شراء مساحة إعلانية للدعاية قد تتطلب أسابيع أو حتى شهورا. لكن التطور في مجال العلاقات العامة يزدهر. فقد بدا يدرس في جامعات هونج كونج منذ عام ١٩٨٥ مع أن ممارسته ظهرت قبل ذلك بأربع سنوات. وهناك عقبتان أمام نشطاء الإعلان من غير الصينيين وهما: أولا استخدام الصينيين لما يسمى"guanxi " وهو نوع من الإستراتيجية السرية يتداولونها بينهم مما يربك غير العارفين لهذه الإستراتيجية من الأجانب، وثانيا الثقافة والقيم الآسيوية.

الأمر مختلف في تايوان فإن معظم الكتب المستخدمة في تعليم الإعلان والعلاقات العامة غربية والممارسة أيضا ذات طابع غربي. تزدهر هذه الصناعة اليوم في تايوان بفضل الديمقراطية التي دخلت البلاد عام ١٩٨٠. أما في اليابان فتعد شركات العلاقات العامة قليلة لان شركات الإعلان الكبيرة العدد توفر ١٥٪ من خدمة العلاقات العامة والوساطة الإعلانية دون أن تتقاضى أجورا إضافية على هذه الخدمة. وهذا يصعب عمل شركات العلاقات العامة فاعمل غير مربح في اليابان علما بأن الإعلان متطور جدا هناك.

مع أن نظام الإعلان الغربي دخل إلى اليابان بعد الحرب العالمية الثانية لكنه لم يمارس بسبب التعنت والثقافة اليابانيين. أن النشر الإعلاني يتم عبر الدعاية عبر الأندية الصحافية المرتبطة بصناعة الإعلام أو الحكومة الأحزاب السياسية. وبالنسبة للصحفيين فإن بناء علاقات مع الأندية الصحفية التي تسيطر عليها السلطات وهي الطريقة الوحيدة للحصول على الأخبار إلا إذا ارتأى الصحفيون

الحصول على المعلومات من المواقع الإلكترونية. مع أن هذه الطريقة غير عملية في أوقات الأزمات مثل الهجمات الإرهابية أو الزلازل المتكررة التي ألحقت باليابان خسائر بشرية.

وتظهر المؤشرات على نشاط كبير في تعاملات العلاقات العامة في كوريا بسبب المطالبة الشعبية. أما في اندونيسيا وتايلاند تسير أنشطة العلاقات العامة والإعلان ببطء برغم انتشار الإنترنت بشكل هائل في اندونيسيا. والنمو اكبر في ماليزيا ربما بسبب قربها من سنغافورة مع التشديدات والتعليمات الحكومية الماليزية التي حظرت الشركات غير الماليزية وهوامر تنظيمي وليس حمائي. أما الهند الصينية فتظهر بطئا برغم توفر التكنولوجيا والتي يمكن أن تغير الوضع في المستقبل. كذلك الحال بالنسبة للفلبين التي تزدهر فيها تكنولوجيا المعلوماتيا وقد تكون الدولة الرائدة في المحيط الهادي في الإعلان والعلاقات العامة حيث أن لها تاريخا طويلا في ممارسته يعود إلى عام ١٩٤٠، وفي الخمسينات أسست جمعيات إعلانية وطنية. تراجعت أثناء الحكم العسكري، ولكن في نهاية السبعينات منحت الجامعات درجة البكالوريوس في العلاقات العامة. فهذا المجال يتطور في الفلبين لدرجة أن حجم الوظائف المتوفرة يفوق عدد الإعلانيين المخضرمين أو المتعلمين.

صحيح أن تعليم العلاقات العامة بدا في الفلبين في نفس الوقت الذي بدا فيه باستراليا إلا أن الأخيرة تحظى بالسبق في ممارسة الإعلان والعلاقات العامة. على عكس بعض الدول الآسيوية ظهرت الشركات الأجنبية والمحلية في مجال الإعلان في استراليا مبكرا جدا، حاليا تنمح المؤسسات التعليمة درجة الدكتوراه في العلاقات العامة. مع أن تعليمه بدا في نهاية الأربعينات مع ظهور شركات "العلاقات العامة" خاصة عام ١٩٥٢. أثرت استراليا على جارتها نيوزيلندا. فهما والفلبين يقدمون النموذج الغربي المتميز في الإعلان والعلاقات العامة. كذلك الحال بالنسبة إلى الهند مع أن النشطاء الإعلانيين

لا زالوا يكافحون لبناء نظام إعلاني خاص ببلدهم. فالمجتمع الهندي مجتمع نشط في علاقاته العامة برغم ما يواجهه من مشكلات داخلية من وجود العدد الأكبر من السكان في القرى، وخارجية كالنزاع مع باكستان على خلفية كشمير. ومع ذلك فالهند أيضا تاريخ في تعليم العلاقات العامة وممارستها واليوم هناك عدد ضخم من الشركات الإعلانية معظمها محلية.

وتبقى سيريلانكا متواضعة في عالم الإعلان. مع معاناة قطاع الأعمال بشكل عام في الباكستان في ظل الحكم العسكري المفروض على الدولة الديمقراطية. وهناك العديد من وكالات الإعلان المحلية تنتمي إلى شركات عالمية وأخرى تقليدية تمارس عمل الإعلان والعلاقات العامة فيها. ولا تتوفر معلومات عن كوريا الشمالية ولاوس وفيتنام. لكن من المتوقع أن يتطور الإعلان لاووس لتأثير جارتها تايلاند. ومن المتوقع أيضا أن يصل حجم الإعلان الإلكتروني الآسيوي بحلول ٢٠٠٤ إلى مليار دولار. فقد احتلت سنغافورة المركز الثاني بعد كندا وتقدمت على الولايات المتحدة في الإعلان. ومن المتوقع أن تقود آسيا العالم بحلول ٢٠١٢ في استخدامها للانترنت.

أمريكا اللاتينية والبحر الكاريبي:

أن التطور في الإعلان والعلاقات العامة في دول أميركا اللاتينية والبحر الكاريبي له علاقة بالمبادرات الاقتصادية من اجل السوق الموحد ولكن هذا لا ينطبق على جميع الدول فبعضها تعاني من نزاعات سياسية أو اقتصادية، وبعضها الآخر يحاول أن يؤسس للبنى التحتية. لكن هذه المنطقة تجتذب انتباها عالميا. فهي السوق الرئيسية لتصدير منتجات الولايات المتحدة الأمريكية. فنزويلا مثلا وبرغم الضغوطات الاقتصادية تمتلك مصادر نفطية لا يستهان بها. وقد يكون السوق الموحد حلا لعقدة كوبا مع الولايات المتحدة الأمريكية. فمعظم دول المنطقة أعادت علاقاتها مع كوبا بما فيها دول اتحاد عام ١٩٧٥ الاقتصادي السمي بالمجتمع الكاريبي والسوق المشتركة"

CARICOM". لقـد لعـب هـذا الإتحـاد دورا رئيسـا فـي اقتصاديـات الدول الأعضاء فيه ومـن المتوقع أن تتزايـد أهميته علـى صعيد الإعـلان وتكنولوجيا المعلومـات والاتصـالات والعلاقـات العامـة أيضـا. فالسـوق الموحـدة هامة للإصلاح الاقتصادي والتطور الاجتماعي والتجاري.

أن جزءا مهما من الجهود الكاريبية ما زالت رهن الحملات الحكومية الداعية إلـى تحسـين الأوضـاع الاجتماعيـة وجذب الاسـتثمارات وتشـجيع السـياحة ولكن كل ذلك أصبح صعبا بعد هجمات الحادي عشر من سبتمبر. مع أن رغبة بعض السياح بقضاء الأجازة بالقرب من الوطن سـاعد على تحسن الأمور. كما فتحت التغيرات المثيرة في سياسـة المكسـيك الباب أمام الاتصالات الداخلية والخارجية والتي كانت بمثابة الهدية للشـؤون والاتصالات التجارية والإعلان والعلاقـات العامة. ظهـر الإعلان والعلاقـات العامة فـي المكسـيك مبكرا من خلال شـركات محلية بـدأت عملها فـي الخمسـينات. وكمضيفـة لمؤتمر دول أمريكا الوسـطى حـول العلاقـات العامة ١٩٦٠ سـهلت المكسـيك علـى إثره الاتصالات والعلاقات العامة في المنطقة. أما دخول شـركات العلاقات العامة الأجنبيـة ونمو تجارة الإعلام والتسـويق ونشـاط المنظمـات الحكومية في هذا القطاع حفزت جميعها حقل الإعلان والعلاقات العامة في المنطقة.

من الـدول المتقدمـة في هـذا القطـاع أيضا تشـيلي فهـي تجمع بيـن الاقتصاد الصلب والديمقراطيـة. أم البرازيـل والبيرو وبنمـا فقد بدأت بتدريـس العلاقات العامة في جامعاتها منذ السـتينات. ولكوسـتريكا وبورتوريكو نظامهما في مجال الإعلان والعلاقـات العامـة. لكن الاضطرابـات السياسـية أزعجت هـذا القطاع في الأرجنتيـن وبوليفيا وباراجـوي والاوروجوي. وصحيح أن بعض مشـكلات الاكـوادور نجمـت عـن جارتـه كولومبيـا لكـن نظامهـا السياسـي والاقتصـادي يسيران بشكل حسـن فصناعة الاتصالات هناك تركز على الشـؤون العامة وتبادل العلاقـات العامة بسـبب صناعـة النفـط والغـاز المهمـان لبوليفيـا واهـم زبائنها

البرازيل التي تعاني أيضا من صعوبات اقتصادية. مع تفاقم التحديات السياسية والاقتصادية بسبب المشكلات الاجتماعية إلا أن كلا الاوروجوي والبرجوي يملكان وكالات إعلانية متميزة وهذا ينبئ بتحسن في المستقبل. وبما أن العديد من المحترفين الإعلانيين ومؤسساتهم على علاقة بمؤسسات تعليمية وتدريبية عالمية فمن المأمول أن يحسن ذلك العلاقات والاتصالات العالمية والمهارات.

جنوب الصحراء الأفريقية الكبرى:

أدت عوامل عدة إلى خلق مشكلات داخلية وخارجية لدول جنوبي الصحراء الكبرى منها الجفاف والتامين الصحي والنزاع السياسي واللجوء وفضائح الفساد وعمالة الأطفال. لقد أدت المشكلات السابقة إلى تدمير التجارة والسياحة وبالطبع صناعة الإعلانات والعلاقات العامة والجامعات. لكن الوضع يتحسن فقد صنفت بوتسوانا على أنها الدولة الأقل فسادا في أفريقيا ويبدو أن الاقتصاد والبنى التحتية فيها في تحسن أيضا. وتركز نيجيريا على تدريس العلاقات العامة في جامعاتها حتى تداخلت في قوانين الدولة فنجد في نيجيريا منظومة من خدمات العلاقات العامة والإعلانات والأبحاث حول وضع السوق والتحليل الإعلامي. كما أن فيها مجموعة من الخبراء في العلاقات العامة والاتصالات ومؤلفات حول إدارة الأزمة والاتصالات السياسية والحكومية. والوضع اخذ بالتحسن في كل من الكونجو وتنزانيا وغانا وهناك استقرار وتحول نحو الديمقراطية. فقد أظهرت غانا خبرة في إدارة الأزمة عندما مات مئات الأشخاص بسبب الشغب على لعبة كرة قدم في أسوأ كارثة رياضية في تاريخ أفريقيا عام ٢٠٠١. وتحاول كينيا وتنزانيا وأوغندا العمل ضمن اتحاد شرق أفريقيا الاقتصادي الذي يواجه تراجعا بسبب ركود عام ٢٠٠١-٢٠٠٢.

أن أنشطة العلاقات العالمية في المنطقة هي مبادرات حكومية في الغالب ربما بسبب ازدياد المطالب بتدخل حكومي وشفافية اكبر. ولاتزال العلاقات

العامة تمارس أثناء الوظيفة وقد بدأت بعض المعاهد بتدريس هذا الفن وسيقوم خريجوها من حملة الدبلوم بملىء الفراغ. وباستطاعة الطلاب في لاوس الحصول على درجة الماجستير. وتقوم منظمات عريقة مثل مؤسسة العلاقات العامة لجنوب أفريقيا بالتدريب والتعليم في مجال العلاقات العامة في القارة. فتعمل المؤسسة على برنامجي الممارسة والإدارة الإعلامية. على صعيد القطاع الخاص فهناك العديد من الخبراء في هذا المجال ممن تعلموا في الخارج وهم وحدهم القادرون على اختراق القارة الواسعة والتعامل مع تكنولوجيا الاتصالات المتطورة. إلا أن العوائق الثقافية وصراعات السياسية والعوائق المادية ونقص رأسمال كلها حواجز أمام الاقتصاد وعالم الإعلان وعثرة في طريق الخبراء لأداء مهامهم.

الشرق الأوسط وشمال أفريقيا:

برغم الصعوبات السياسية في الشرق الأوسط إلا أن هناك تناميا ملحوظا في مجال العلاقات العامة والإعلان في بعض الدول مثل تركيا والإمارات والأردن ومصر وإلى حد ما السعودية والكويت وإسرائيل. أما الدول الأقل فاعلية في هذا المجال فهي السودان وقطر والبحرين وقبرص. لقد شجعت الحكومة العلمانية في تركيا شركات الإعلان والعلاقات العالمة والاتصالات على العمل فيها إضافة إلى تقديم خدمة الاستشارة في العلاقات العامة والإعلان والتسويق والبحوث المتخصصة في كافة المجالات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتجارية. بقيت "جمعية العلاقات العامة العربية" التي تأسست عام ١٩٦٦ ومعهد العلاقات العامة تعملان في الشؤون العامة حتى عام ١٩٧٠ لان معظم التجارة المصرية تخضع للدولة. ثم بدا الاقتصاد والاتصالات بالنمو، فازدهرت خدمة الإعلان والعلاقات العامة وشركات الاتصالات التعاونية. أما في الجارة السودان فإن العلاقات العامة تركزت حول الاتصالات العالمية والعلاقات المجتمعية واتصالات الموظفين بالإدارة لكن الفقر وقلة التعليم

وسيطرة الدولة على وسائل الإعلام أثرت سلبا على تطوير قطاع الإعلان والعلاقات العامة برغم وجود الخبراء السودانيون.

في الإمارات يتطور هذا القطاع برغم الحواجز الثقافية وسيطرة الحكومة على الاتصالات. لكن الوكالات الصحفية تسيطر على القطاع التجاري والتسويقي والعلاقات العامة. لقد حفز الإنترنت أنشطة الاتصالات في المنطقة مع أن التعليم في مجال الإعلانات بدأ في التسعينات لكن العمل به بدا قبل ذلك حتى أنه يعود للثلاثينات. ولكن لا يزال قطاع الاتصالات فيها يفتقر إلى إستراتيجية واضحة. أما الجارة قطر فتركز على الشؤون العامة والحملات الحكومية أكثر من التجارية. كما تزايد الاهتمام بالشأن العام وإدارة الأعمال في الأردن مع السعي نحو الديمقراطية والخصخصة مما يزيد الطلب على الإعلانيين المهرة والموهوبين في العلاقات العامة. تركز السعودية على الشؤون العامة مع وجود قطاع للعلاقات العامة والإدارة الدولية. فالإعلان محلي ووطني يزداد مع ازدياد استخدام الإنترنت بكثرة في هذه المنطقة خاصة في المجتمعات النفطية. كما تسعى الكويت إلى تطوير هذا القطاع من خلال الأبحاث والعلاقات الوظيفية والمجتمعية. وهو محدود في إسرائيل بسبب الصراع السياسي انخفاض مستوى السياحة والشركات العالمية العاملة هناك تعمل بموظفين إسرائيليين. أما في البحرين وقبرص فإن معظم أنشطة الإعلان والعلاقات العامة فيها تعاونية أو حكومية.

أوروبا الشرقية:

تشمل هذه المنطقة شرق ووسط وجنوب شرقي أوروبا وروسيا ومناطق الإتحاد السوفياتي السابق. لقد قامت روسيا بجهود جليلة في هذا المجال حتى أنها وفرت كتبا لتعليم الروسية لغير الناطقين بها. ونما قطاع الإعلان بمجرد الانفتاح على سوق العالمي وفتحت العديد من الشركات الإعلانية والعلاقات العامة فروعا في موسكو، كما سمح للطلبة والمتخصصين الإعلانيين بالسفر والتعلم في

الدول والمؤسسات العالمية بأعداد كبيرة. ولم تعد الدولة مسيطرة على الإعلان والعلاقات العامة في روسيا تبنت الدولة سياسة الشفافية. كما أحرزت وسط وشرق أوروبا تقدما كبيرا في ممارسة وتعليم العلاقات العامة والإعلان. فور التحرر من السيطرة الشيوعية شرعت هنجاريا وبولندا بالعمل في هذا المجال. في حين استمرت هنجاريا بالصعود تراجعت بولندا وانسحبت الشركات العالمية منها. إلا أن بعض المتعلمين أسسوا ورشهم الخاصة بعد انسحاب الشركات الكبرى ولا يزالون على علاقة معها. لكن القصة تختلف في هنجاريا فإن العديد من الشركات العالمية والمحلية انتقلت للعمل في بودابست حتى أصبحت المقر الرئيسي للأعمال في المنطقة. لكن النظام الإعلامي الجديد في الذي تتبعه هنجاريا يفرض رسوما على شركات العلاقات العامة مما يصعب عملها.

كلا من التشيك والسلوفيك يتطوران بفضل الانتماء إلى شركات إعلانية عالمية يديرها مدراء غربيون شباب ومدربون. أما في جنوب أوروبا تقدمت ثلاث دول إلى الواجهة وهي سلوفينيا وكرواتيا ورومانيا تليهم بلغاريا جميعهم يسيرون نحو التطور برغم بعض الصراعات كما في كرواتيا. هناك ممارسة حقيقية للشركات الإعلانية مع أن القطاع التجاري لا زال محدودا لكن الفرصة متاحة للتقدم. وتتطور التجارة في جنوب شرقي أوروبا برغم الاضطرابات التي سببها العمال الذين احتجوا على الخصخصة مما قلل اهتمام المستثمرين الأجانب. حتى أن بعض الدول قلدت النموذج التعليمي الأمريكي فقامت بعض الجامعات بمنح درجة الماجستير في العلاقات العامة.

دول البلطيق من بين دول الإتحاد السوفياتي السابق الأسرع في المجالين التعليمي والعملي. ويبدو أن البلطيق يتعجل لإعادة تشكيل السوق والتقدم للأمام. لكن المؤسسات والشركات في دولها محلية ربما بسبب لغتهم. مع أن أوكرانيا لديها الإمكانات إلا أن العمل الإعلاني فيها بطيء. وتعاني باقي المناطق من عدم وجود البنى التحتية اللازمة لحقل الاتصالات.

أوروبا الغربية:

أن الفرضية القائلة بوجوب ممارسة العلاقات العامة على النمط الغربي ليست صحيحة. فبريطانيا بدأت بمحاكاة النمط الغربي أو الأمريكي لكنها الآن نضجت واتخذت لنفسها نموذجا خاصة. وهنا في غرب أوروبا بدا تعريف العلاقات العامة على أنها"إدارة العلاقات"أو" إدارة الاتصالات"أن ممارسة العلاقات العامة ارتبط دائما بالإعلانات والتسويق الذي صار سمة من سمات الإعلام. معظم أعمال قطاع العلاقات العامة في أوروبا مرتبط بالتبادل التجاري مع الإتحاد الأوروبي. الذي اتجه إلى الشركات العامة أو الحكومية في مجال التجارة والأعمال لأنها أقل كلفة من شركات الاتصال الخاصة. لكن الأخيرة ازدهرت أيضا لحاجة دول الإتحاد الترويج للسياحة في البلدان التي تختلف في اللغة والثقافة، فبدا البحث عن شركات مقبولة لغويا وقانونيا وثقافيا.

ومع هذا فقد اعتبر الإتحاد الأوروبي العامل الأكبر في نمو العلاقات العامة في دول غرب أوروبا ولكن بمعايير مختلفة. فالتعليم يختلف من بلد إلى آخر ويقوم به أساتذة مختصون من منظمات مختصة. فنلندا مثلا واحدة من أهم وأقدم الدول في ممارسة العلاقات العامة عبر شركات خاصة تعود لعام"١٩٧٠". والإنفاق على الإعلام في هذه الدولة الغنية مرتفعا. كذلك فإن العلاقات العامة متطورة في بلجيكا -بؤرة الإتحاد الأوروبي- ويعرف هذا القطاع في الأراضي المنخفضة "بإدارة الاتصالات".

وفهناك مؤسستان خاصتان بالعلاقات العامة توفران التعليم في هذا المجال. أما اليونان فلها باع طويل في المجال والحاجة فيها دائمة إلى متخصصي الإعلان نظرا لتطور الإعلام.

بدأت ألمانيا وفرنسا العمل في العلاقات العامة في نفس الوقت ١٩٥٨. تملك ألمانيا باعتبارها مركز تمويل الإتحاد الأوروبي مصفوقة كبيرة من

العلاقات العامة وهي على صلة بمكاتب وشركات في دول العالم المختلفة. أما فرنسا فهي أقل تنظيما وأكثر فردية كذلك هو الحال في ايطاليا. أن شخصية مالكي الشركات والزبائن تعكس شكل الإعلان والعلاقات العامة. فمعظم موظفي الإعلان والعلاقات العامة الأسبان تدربوا في السوق أو الإعلان أو الصحافة. ويدخل التعليم في النرويج ضمن دروس التسويق منذ عام ١٩٨٢. وفي النمسا يركز التعليم على الإدارة أكثر من التسويق مما يضفي عليه السمة الإستراتيجية، مثل إدارة الأزمات والاتصالات التعاونية وخلافة. وهذا النظام شبيه بنظام الولايات المتحدة كذلك هو الحال في البرتغال التي تمارس العلاقات العامة منذ ١٩٥٨ من خلال العلاقات مع بريطانيا حتى أسست الدولتان "منظمة التجارة الحرة الأوروبية".

بالمجمل فإن نظام العلاقات العامة في أوروبا وخصوصا في بريطانيا يختلف عنه في أمريكا من حيث التعليم الذي يعتمد على التدريب المهني أثناء الدراسة الجامعية. أما في بريطانيا فإن الطريقة الوحيدة للتأهل لعضوية مؤسسات العلاقات العامة هو اجتياز امتحان الديبلوما في العلاقات العامة. ولا تمنح بريطانيا درجات جامعية فيها بعكس اسكتلندا التي تمنح درجة الدكتوراه في العلاقات العامة. وأخيرا فمن غير المنطقي الحديث عن معيار موحد للعلاقات العامة في أوروبا. ومن الضروري تطوير نموذج يركز على "سمة" الشركة ودورها في العمل الجاد لكي تحظى باهتمام عالمي في زمن قياسي.

أمريكا الشمالية (الولايات المتحدة وكندا):

لقد أثر الإنترنت بقوة على ممارسة العلاقات العامة والإعلان في الولايات المتحدة. فقد كان أكثر مستخدمي الإنترنت في العالم سنة ٢٠٠٢ أمريكيين. وهناك عامل آخر لا يقل أهمية في ممارسة أنشطة الإعلان هو ازدهار هذه الصناعة عالميا بفضل تطور الإعلام إلكتروني الأمر الذي عزز الروابط مع الشركات الإعلانية العالمية. مع ظهور الإرهاب وانهيار عدد من الوكالات

الإعلانيـة ازداد التركيز علـى الشـؤون العامة. كالصحـة والانحبـاس الحراري وهي موضوعات سلطت الضوء على الأزمة المرتقبة.

اتجـه الأمريكيـون فـي البدايـة نحـو مقاضـاة أو مقاطعـة العلاقـات العامـة والاتصالات ككل، لكن مـا حدث بعد ذلك أن الشـركات الإعلانية والعلاقات العامة توقفت عن الاتجار لتأثرها سـلبا بالأزمة الاقتصادية وانشغلت الشركات بدعم مكاتبهـا وفروعها. لكنهم سـرعان مـا تفهمـوا أهمية تكامـل الاتصالات وضبط الإنترنت وإعادة النظر في المشكلات وحلها عن طريق العلاقات العامة والإعلان. يتطور تعليم الإعلان والعلاقات العامة في أمريكا سواء للمستجدين أو الخبـراء وازدياد الاهتمـام بتعليـم اللغـات. ففـي كندا يتحـدث النـاس اللغة الفرنسية والانجليزية. والاسـبانية في غرب أمريكا. كما زادت الحاجة إلى تعلم مهارات لغوية جديدة كالآسـيوية بسـبب الزبائن الآسـيويين والتدفق الآسيويين إلـى البلديـن. إضافـة إلـى اسـتفادة كلا مـن الأمريكييـن والكنديين مـن التنوع الديمغرافي لسـكانهما ممـا عزز الوعـي بأهمية الاختلافـات الثقافيـة وكلاهما له علاقـات تجارية مـع العديـد مـن دول العالـم. يمكـن الوصول إلى السـوق العالمي بواسـطة التكنولوجيا لكن لا يجب إغفال السـوق المحلي في الإعلان والعلاقات العامة لارتباطهما مباشـرة بالحكومة وحرية التعبير والتعليم ومكانة الدين في الثقافة والمشاهد أو المتلقي.

تناقضات الإعلام المستمرة:

إن المحتوى الإعلامي السـيئ واحتـكار تكنولوجيا الاتصـالات وعدم توازن المعلومـات العالمية كانـت ولا زالـت متناقضات الإعـلام الثلاث منـذ اختراع التلغراف عـام ١٨٠٠ وحتى اليوم. وقد نوقشـت هذه المشـكلات في مؤتمرات دولية عقـدت برعايـة الأمم المتحـدة بدا مـن عـام ١٩٤٨ مع الإعـلان العالمي لحقـوق الإنسـان حاولـت مـن خلالهـا عقـد معاهـدات عالميـة لضمـان حرية المعلومات لكـن دون نجاح. ثم دخلت اليونسـكو في الأعـوام ١٩٧٠ و١٩٨٠

في نقاشات محمومة بشان استحقاقات نظام المعلومات العالمي الجديد" NWIO" أدت إلى انسحاب الولايات المتحدة وبريطانيا من اليونسكو. من الداعمين ل" NWIO" دول العالم الثالث والدول الاشتراكية ومنتقدي الإعلام الغربي. أما المعارضون لها فهم الدول الغربية وأجهزتها الإعلامية الرافضة لمحاولات إنهاء السيطرة الغربية على الإعلام وتحيزوا ضد المنظمة. من المشكلات التي تواجهه مجتمع المعلومات بحسب هاملنج في "القمة الدولية لمجتمع المعلوماتWSIS" عدم المساواة في الحصول على المعلومات، وتباين المستويات الثقافية والتقنية ومشكلات اتصالات القرى والتجارة الإلكترونية وحماية المعلومات والسرية والجنسية والتعليم كلها تحديات تقف عائقا أمام دمج المجتمعات وتكيفها للحصول على حق الاتصالات.

تناقضات الإعلام العالمي الحالية:

أن تنامي عولمة الإعلام الليبرالي الجديد وسيطرة بعض الدول الغربية الصناعية عليه يزيد القلق على الديمقراطية العالمية. من بين أهم عشرة مؤسسات إعلامية تمتلك القدرة على التغيير الإعلامي في العالم شركة ديزني وCBS وAOL NEW CORP. فقبل ظهور العولمة كان الإعلام محدودا، فديزني مثلا كانت تملك الأفلام الكارتونية ومدينة الألعاب أما بعد العولمة فقد اشترت"ABC، ESPN، A&E" وعشر محطات تلفزة وثلاثون محطة راديو ومحطات رياضية وتاريخية إضافة إلى شرائها أسهم في شبكات تلفزيونية عالمية ومجموعة من شركات التقنيات والأفلام والفيديو والتسجيلات والكتب والإنترنت وفريق بيسبول.

لقد حذر البعض من الآثار السلبية المترتبة على احتكار الإعلام في الولايات المتحدة لعقود والآخذة في ازدياد. وعند الحديث عن الصحافة المطبوعة تبرز بريطاني وأمريكية إلى الواجهة فهيرالد تربيون التايمز ونيوزويك وغيرها الكثير سيطر على صحف العالم. كما تسيطر وكالتي الأنباء البريطانية رويترز

والأمريكية اسوشيتيد بريس على الأخبار العالمية إضافة إلى الوكالة الفرنسية ثلاثتهم يزودون العالم بـ٨٠٪ من الأخبار. كما تسيطر التلفزة التابعة لوكالاتي أنباء رويترز واسوشيتيد نيوز وتلفزيون دزني/ ABC على الأخبار المتلفزة محليا وتسيطر CNN، BBC على الأخبار العالمية في ٢٠٠ دولة. إن عولمة الإعلام تظهر بوضوح في التلفاز الذي يعتمد على الشبكات الأمريكية المزودة للأخبار العالمية. وبذا تستحوذ أمريكا على صناعة الأفلام - من خلال هوليوود- والإعلام والإعلان والأخبار في العالم.

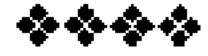
مخاوف عولمة الليبراليون الإعلاميون الجدد:

يرى الباحث ثوسو أن الغرب يسيطر على الإعلام اليوم أكثر من ذي قبل. فهناك الترويج لأسلوب الحياة والقيم الغربية من خلال الإعلام ونظام السوق اللذان يتعاونان مع الحكومات لتقديم وجهة النظر الجغرافية والسياسية المغربة. ويرى البعض أن الإعلام العالمي لا يعكس الثقافة الأمريكية وإنما يقدم مالكوا الشركات الإعلامية العالمية نمطا جديدا من الإعلام الليبرالي العالمي الذي يكرس لصالح الإعلام الضخم ضد الإعلام المحلي والصغير، تعد جلوبو البرازيلية وتلفيزا المكسيكية من بين أضخم أربعين أو خمسين شركة تدعم التجارة الغربية وتعزز سياسة الأعمال. يستشهد ثوسو بانتشار البرامج التلفزيونية الأمريكية مثل دالاس في الدول الإسلامية بما يتضمنه من مفاهيم التعري والجنس. بل أن الصحف الكبرى والمحطات التلفزيونية مثل CNN تقدم خدماتها بلغات مختلفة. لا زال الإعلام الغربي حاضرا بكثافة ويقدم وجه النظر الغربية برغم وجود إعلام محلي وثقافة شعبية بدأت تتهاوى لعدم قدرتها على تقديم البديل. ويميل بعض الدارسين إلى أن الناس يفضلون إعلامهم الوطني ويرون أن التكنولوجيا الحديثة من تلفزيون وساتلايت وانترنت تساعد في إعادة إحياء الهوية الثقافية في دول العالم الثالث. وتلفزيون "زي" الهندي مثال حي على إعادة إحياء الثقافة الهندوسية.

مشكلات الإنترنت ووعود بالحل:

أن تفوق الإنترنت يرفع من شان الليبراليين الجدد وأنصارهم. فأمريكا والغرب أكثر مستخدمي الإنترنت في العالم وما هو إلا دليل على "التقسم الرقمي" بين الأغنياء والفقراء. لكن الإنترنت يروج أيضا لبعض المنظمات الحقوقية والناشطون في مجال البيئية والكنائس والإتحادات العمالية والأحزاب السياسية بهذه الطريقة يكون الإنترنت قد قدم خدمة للمجتمع بما يعارض سياسات الليبراليون الجدد ودول الثماني وغيرهم. وتسعى الحكومات للسيطرة عليه ومراقبة أما الشركات فتسعى إلى تسويقه.

احتج مناهضو الليبرالية الجديدة على استخدام الإنترنت في التواصل وادعوا أنه زعزع خطط الاقتصاد العالمي منذ عام ١٩٩٠ مع التشديد على ضرورة الاهتمام بقضايا البيئة والسلام والزراعة والعمال. ففي حين يسعى الليبراليون الجدد وشركات الإعلام العالمية المدعومة من قبل الولايات المتحدة ومنظمة التجارة العالمية ومجموعة دول الثماني إلى الحفاظ على الوضع الراهن وعدم تقنين الاتصالات العالمية أو الشركات الضخمة تحاول الأمم المتحدة وحلفاؤها الحد من تنفذ الإعلام العالمي وإن تتم ديمقرطة العولمة والحفاظ على الإعلام المحلي فيما يعرف "بالنظام البشري". منذ إعلان النظام العالمي الجديد والإعلام يشهد تحديات غير مسبوقة. ولتقييم التناقضات الإعلامية المحدثة نحن بحاجة إلى فهم عميق لتحديات النظام الإعلامي العالمي في الدول الغربية ودول العالم الثالث.



اليونسكو ونظام المعلومات العالمي الجديد:

الدعوات من أجل نظام عالمي جديد:

لقد عارضت دول العالم الثالث قضايا مثل النظام الاقتصادي والثقافي والاتصالات العالمية الجديدة. وقد عبرت عن اعتراضاتها في اليونسكو وفي منظمة عدم الانحياز وفي الأمم المتحدة. فمن حق هذه الدول أن تعارض التدفق الإعلامي الغير متوازن لعدم قدرتها على صد هذا الموجة من الأخبار والأفلام والتسجيلات. مع أن بعضها حاولت تأسيس وكالاتها الإعلامية الخاصة للتصدي لهذا التدفق لكن تأثير هذه الوكالات ظل بسيطا. ولا ينكر الغرب الفجوة بين الإعلام الغربي والمحلي ولكنهم يركزون على ما يصاحب التدفق الإعلامي الحر من مساعدات كالتي يقدمها البنك الدولي اتحاد التجارة العالمي. ويتعامل الغرب مع المعلومات على أنه سلعة بينما تعامل معها الاشتراكيون ودول العالم الثالث على أنها تخدم الصالح العام.

نداء NWIO الأول:

عام ١٩٦٠ لبت اليونسكو النداء لإيجاد آلية لتوصيل الإعلام إلى دول العالم الثالث مع الحفاظ على ثقافتهم وسياستهم الوطنية. ارتكزت أبحاث اليونسكو على التدفق الإعلامي والخاصية الثقافية والانعزال. كما عرف خبراء اليونسكو مشكلات مثل "الاستعمار الثقافي الجديد " الذي أحدثته تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. عام ١٩٧٣ قامت منظمة عدم الانحياز بتأسيس "وكالة أنباء العالم الثالث" ودعت إلى تغيير نظام الاتصال العالمي ومنع استعمار المعلومات وخلق نظام معلوماتي جديد. وتعالت دعوات اليونسكو لإعلام حر متوازن عبر السنوات حتى تم "إعلان الإعلام الجماهيري" بالتعاون مع الولايات المتحدة عام ١٩٧٨ الذي أكد على حرية المعلومات والتعبير وحماية الصحفيين ودعم العالم الثالث. كما ودعت الإعلام إلى التركيز على

القضايا العامة كالجوع والفقر والمشكلات التي يعانيها الناس، وتصحيح نظام تدفق الأخبار العالمي، والعمل بمقتضى قانون الأخلاقيات الصحفية.

لجنة ماكبرايد "MacBride":

عام ١٩٧٦ بدأت اليونسكو أعمال مفوضية ماكبرايد الايرلندية والتي ضمت ستة عشر دولة للنظر في المشكلات المتعلقة بحرية وتدفق المعلومات واحتياجات دول العالم الثالث. وأصدرت المفوضية تقريرها بعنوان "أصوات عدة وعالم واحد" ويحمل ٨٢ توصية تدعو لتوسيع إطار المعلومات وحريته تدفقها وتوازنها، مع الدعوة إلى نظام إعلامي فعال وجديد يوظف الاقتصاد والإدارة والتكنولوجيا والتدريب والبحث. تعامل التقرير أيضا مع المعايير الصحفية، ورأى أن على الإعلاميين الغربيين تلقي التدريب في دول العالم الثالث لمعرفة خصائصهم الثقافية وعدم استخدام الصحافة للتجسس. لقي التقرير معارضة من الولايات المتحدة بشأن مناهضة الإعلام التجاري وترخيص الإعلام في حين عارضت الكتلة السوفياتية إلغاء السيطرة الحكومية. لم تعتمد اليونسكو التقرير بل أسست عام ١٩٨٠ البرنامج الدولي لتطوير الاتصالات للمساعدة في تطوير أنظمة الإعلام في دول العالم الثالث.

المعارضة الغربية ل"NWIO"

توحدت الدول الغربية عام ١٩٧٠ ضد NWIO معتبرة إياها جزءا من السيطرة الحكومية على الإعلام. وتم إنشاء "إعلان الإعلام الجماهيري" لعرقلة تقدم NWIOو حشد خمسين شركة إعلامية خاصة من عشرين دولة معارضة لها من قبل "اللجنة العالمية لحرية الصحافة" وكلية الحقوق في جامعة tufts، ودعت إلى صحافة حرة كحق أساسي وحثت اليونسكو على التخلي عن فكرة ضبط الإعلام في خرق واضح للإعلان العالمي لحقوق الإنسان. كما عارض المجموعة خطة ترخيص الصحافيين وقانون أخلاقيات الصحافة العالمي.

ورفضت المجموعة أيضاMacBride ودعت إلى رفع حرية الصحفيين في الوصول إلى كافة مصادر المعلومات. وقد أيدت معظم المؤسسات الإعلامية الأمريكية هذا الإعلان وساندتها إدارة ريغان التي تخلت عن سياسة كارتر اللينة فقاطعت أمريكا اليونسكو معتبرة إياها متحيزة ضدها.

جهود جديدة لتعريف تناقضات الإعلام العالمي:

تجددت جهود عدة قوى لتحديد المشكلات المتكررة لمحتوى الإعلام العالمي والسيطرة والتدفق عام٢٠٠٠. أن ظهور الليبراليين الجدد والمخاوف من الامبريالية الثقافية الإعلامية العالمية زادت الوعي في الدول الغربية. كما تمثلت معارضة الليبرالية الإعلامية الجديدة في القمة العالمية القادمة حول مجتمع المعلومات ومن هؤلاء الأمم المتحدة واليونسكو واتحاد التجارة العالمي ومنظمات أخرى. أن اتحاد جهود العلماء والخبراء يضفي بعدا جديدا للمعارضة فهم صوت المجتمع الذي اسكت من قبل، وإن احتجاجات المناهضين لليبرالية الإعلامية الجديدة يساهم في عدم الرضى عن النظام العالمي الجديد. ويمكن القول أن الإنترنت يسهم في النهاية يربط واتحاد هذه القوى جميعا لرؤية أوضح لديمقراطية للاتصالات.

مخاوف في الغرب:

ضاعفت تداعيات الليبرالية الإعلامية العالمية الجديدة من مخاوف الدول الصناعية منذ انطلاق حركة NWIO.عام ١٩٨٩ قام الإتحاد الأوربي بتخصيص حصص إعلامية لكل دولة، وبعدها نجحت فرنسا في عدم ضم الإعلام المرئي والمسموع في اتفاقية ١٩٩٥ GATT. وحاولت مجموعة من الدول الغربية ودول العالم الثالث تقليل التأثير الأمريكي على الإعلام في مؤتمري اوتاوا واستوكهولم. وتعد فرنسا وكندا من الأمثلة الجيدة على الجهود لمنافسة الامبريالية الإعلامية الأمريكية. ونجحت أخيرا منظمة التجارة العالمية في وضع

الإعلام والاتصالات والمعرفة والثقافة تحت مظلة "الملكية الفكرية" و هي اتفاقية لحماية حقوق التكنولوجيا والمعرفة وحقوق الطبع والنشر وبراءات الاختراع.

استطاعت فرنسا تمرير إجراء الحصص التلفزيونية في الإتحاد الأوروبي وهي أيضا التي عارضت محاولات الولايات المتحدة لتطبيق اتفاقية التجارة الحرة على المنتجات الثقافية في اتفاقية الجات GATT ونجحت في ذلك بدعوى حماية الحقوق الإعلامية. كما عارضت فرنسا بناء مدينة العاب ديزني بالقرب من العاصمة باريس خوفا من الغزو الثقافي. ومع ذلك فإن التأثير الأمريكي على التلفزيون الفرنسي كبيرا جدا ذلك أن البرامج والأفلام الأمريكية تحتل ما نسبته ٩١٪ مما يعرض في سينمات فرنسا في الصيف.

في حين أن ما تنتجه لا يتجاوز ٧٪ فقط. كما تواجه فرنسا خطر انتشار اللغة الانجليزية فقد حظرت بموجب قانون الإعلانات التجارية والحكومية والمؤتمرات العلمية استخدام أي لغة غير الفرنسية، ومنعت العديد من الكلمات التجارية الانجليزية مثل "e maill" و"start up" لكن اللغة الفرنسية واصلت تراجعها في حين تقدمت الانجليزية.

أما في كندا حليفة فرنسا في الجهة المقابلة من الأطلنطي فإن ٩٠٪ من الأفلام و٧٥٪من الموسيقى و٨٠٪ من المجلات و٦٠٪ من الكتب يتم استيرادها من الولايات المتحدة. مع أن كندا قد وضعت قوانين مركزية لحماية الثقافة الكندية (عام ١٩٥٠) لرفع نسبة المنتجات الكندية إلى ٦٠٪ مما يعرض أو يبث على شاشاتها. واستطاعت إخراج منتجاتها الثقافية من اتفاقية التجارة الأمريكية الكندية الحرة خلال مؤتمر اوتوا "حول السيطرة الثقافية الأمريكية" ونجحت أخيرا في سحب المنتجات الثقافية الوطنية من اتفاقية التجارة الحرة في مؤتمر استوكهولم.

وبعيدا عن أمريكا الشمالية وأوروبا فإن الغزو الثقافي الأجنبي الذي اثر على

الثقافة المحلية دفع "اتحاد البث الآسيوي والمحيط الهادي"١٩٩٩ إلى إجراء بحث لمراجعة التنظيمات الحمائية للبث في بلادهم مثل فرض الضرائب. مع أن بعض الدول مثل استراليا والهند واندونيسيا وكوريا الشمالية تملك تلفزة محلية قوية وقوانين لحماية صناعة الأفلام. إلا أن ماليزيا واندونيسيا واستراليا تطالب ببث الإعلانات المحلية. اظهر البحث أن السياسات الليبرالية التجارية تضعف الحماية المحلية التي ستصبح مطلبا ملحا في المستقبل.

مؤتمر العالم حول مجتمع المعلومات:

لقد عادت اليونسكو مرة أخرى مستفيدة من المؤتمرات السابقة لتجديد مطالبها متجنبة هذه المرة المواضيع السياسية الحساسة مثل الاتصالات ومؤكدة التزامها بحرية الصحافة ومركزة على البنية التحتية والتدريب والتعليم في مجال الإعلام في دول العلام الثالث. واصلت اليونسكو دعمها للمبادرات الإعلامية المتقدمة إلا أن مبادرتها بفرض ضرائب على البث لتمويل البرامج الغير تجارية كبرامج الثقافة والتطوير لم يصادق عليها. لقد خلص تقرير "الحلقة المفقودة" المنبثق عن اتحاد التجارة العالمي إلى أنه ينبغي سد الفجوة بين الدول المتقدمة والدول النامية. وقد أصبحت هذه المنظمة أكثر نشاطا في الدعوة إلى نظام عالمي لتكنولوجيا المعلومات وإلى تعزيز حقوق التصنيع بما يوائم السياسات الوطنية، وتجسير التكنولوجيا وتبني الروابط الداخلية والعمل بسرعة لجسر الهوة بين الفقراء والأغنياء ملمحا إلى أن ٦١ دولة تستخدم الإنترنت بنسبة ١٪ فقط. وفي جنيف دعى رئيس اتحاد التجارة العالمي الحكومات والأمم المتحدة ومؤسسات المجتمع المدني وقطاع الأعمال للعمل معا لتطوير السياسات الوطنية وبناء شبكة يستفيد منها كل الناس. وناقش المجتمعون في القمة الدولية لتكنولوجيا المعلومات WSIS قضايا مثل حرية التعبير والإعلام والوصول إلى المعلومات ودور الحكومة والقطاع الخاص والحرية الفكرية والملكية والتكنولوجيا والإعلام والخصوصية والجنس والتمكين والديمقراطية والصحة والاقتصاد والتطوير الاجتماعي والثقافي.

مجموعات المجتمع المدني الداعمة:

أن إدراج مجموعات المجتمع المدني في نقاشات WSIS تشير إلى أهمية مثل هذه المجموعات كجمعية العالم للبث الإذاعي والجمعية العالمية للاتصالات المسيحية وغيرها العديد. بعد إخفاق حركة NWIOعام ١٩٨٠ والمؤتمرات تتوالى من مختلف الجهات الرسمية والشعبية مثل اتحاد ديمقراطية الاتصالات والمحامين ١٩٩٢، ومنظمة عدم الانحياز وواتحاد صحفي جنوب أفريقيا، واجتماعات الطاولة المستديرة لكل منNWIO و MacBride عام ١٩٨٩ و١٩٩١وجميعها دعت إلى تحالف الإعلاميين والناشطين والمستهلكين والنساء والمراقبين والعمال وحماة البيئة ليستعيدوا المشاركة في السياسة الثقافية من اجل السلام والأمن. كما التقت مجموعات أخرى معNWIO في العام ١٩٩٠من مؤسسات صحفية في أمريكا اللاتينية وإفريقيا لدعم الحركة ومبادئها. والعديد من هذه المجموعات أصبحت تنتمي إلى "قاعدة تعاون الاتصالات والديمقراطية" التي تأسست عام ١٩٩٥ومنظمة "اصوات٢١" ١٩٩٩. فالمجموعة الأولى انبثقت عن اجتماع في لندن لمجموعة من المؤسسات الراعية للصحافة. شددت "القاعدة" على ضرورة ضمان حق الاتصال كحق إنساني وأكدت على ديمقراطية الاتصالات والمؤسسات والعملية الصحفية بأكملها.

أما منظمة "أصوات٢١" فقد دعت إلى تحالف دولي للمجموعات المدنية لتكون الركيزة الاجتماعية الجديدة للتوعية بأهمية الإعلام ومراقبته والملكية والسيطرة الحكومية والمشاركة الشعبية، مركزة على حق التعبير والإعلام والخصوصية والأمن والبيئة الثقافية. ورأت المجموعة في الليبرالية الجديدة تهديدا لتنوع الإعلام وتكامله ولمفهوم العامة حول العملية الديمقراطية وللتطور الاقتصادي بسبب نمو الإعلانات العالمية إضافة إلى تهديده للعادات الثقافية لسيطرة اللغة الانجليزية على الإعلام.

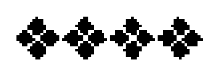
الإنترنت وحركة مناهضة الليبرالية الجديدة:

هل سيتبع الإنترنت خطى حركة الليبراليين الجدد أم أن سينهج منهجا جديدا للتخفيف من مشكلات مراقبة المعلومات العالمية هذا ما سنراه. أن الحرية التي يتمتع بها الإنترنت محكومة بالسيطرة الحكومية على محتواه وعقبات يسببها استعمار الشركات للانترنت المستمر بما فيها عمل نسخ من وسائل الإعلام على الشبكة وتهميش الإعلام غير المتخصص. برغم هذه السيطرة إلا أنه بإمكان أي شخص أن يقدم معلوماته عبر الإنترنت وينشرها عالميا. فالإنترنت يجذب الانتباه العالمي نحو الموضوعات السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية ويوثق العلاقة بين أشكال الإعلام المختلفة

وتحدد بيبا نورس ثلاثة مزايا للانترنت: التقسيم العالمي بين الأغنياء والفقراء والثاني التقسيم الاجتماعي بين المجموعات الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع الواحد والثالث التقسيم الديمقراطي الذي يفرق بين الذين يستخدمون الإنترنت في المشاركة العامة والذين لا يستخدمونه. الإنترنت اختراع أمريكي ويتركز ثلثي مستخدميه في الولايات المتحدة، إذ لم تصل خدمة الإنترنت إلا إلى ٥٪ فقط من سكان العالم عام ٢٠٠٠. وقد نبه هذا التقسيم المنظمات العالمية إلى مشكلة استبعاد البعض من اقتصاد المعرفة. لكن الإنترنت أيضا يسمح للناس بالتعبير عن ما لا يرضون عنه سياسيا واجتماعيا، كما عبر المواطنون عن معارضتهم لجورج بوش في حربه على العراق. كما استعانت به جماعات المعارضة في ميانمار والبيئيون في النرويج واتحاد العمال في استراليا وأنصار الحقوق المدنية الأوروبية. لقد استخدمت جماعات مناهضة الليبرالية الجديدة الإنترنت في الاحتجاج عليها وعلى اجتماع مجموعة دول الثماني ومنظمة التجارة العالميةWTO في سياتل عام ١٩٩٩. شارك في الاحتجاج عدد من المحطات الإذاعية والتلفزيونية أيضا. ساهم الإعلام بتوعية الناس بالحدث. فقد أصبح "مركز سياتل الإعلامي

المستقل" مقرا للاحتجاج الذي امتد ليشمل صندوق النقد والبنك الدوليين. وقد أصبحت الشركات الإعلامية العالمية هدفا للاحتجاج أيضا لعدم تغطيتها لأحداث سياتل. وقد شمل الاحتجاج المزارعين والصناع والرهبان والبيئيون ومجموعات السلام. وقد قدم الإعلام الأمر على أنه احتجاج على العولمة لعدم قدرتهم على تفسير ما جرى.

يرى عالم الاجتماع امانويل والرستون أن العالم سيشهد انهيار الرأسمالية التي دامت ٥٠٠ سنة وإن عصرا جديدا سيبدأ بعد خمسين سنة اسماه "المرحلة السوداء" والتي ستشهد صراعا ثقافيا وسياسيا حادا. وسيتمسك فيها أصحاب الامتيازات بامتيازاتهم باستخدام الطرق التقليدية من القمع والتنازل. وسيتبنى العالم في القرن الواحد والعشرين مفردات مثل البيئة وعدم الاتصال وتعدد الثقافات والحركة النسوية. وسيزيد العنف والتغييرات الانتخابية والتطور النظري في مؤسسة المعرفة. يقترح امانويل حلا لكل ذلك من خلال تحالف الأطياف جميعها. أن التغيرات في النظام الحالي وانتشار الليبرالية الجديدة عالميا واتصال الإعلام بالناس قد يؤدي إلى عهد جديد من نظام إعلامي ديمقراطية في محتواه وثقافته.



تقارير صحفية من بلدان أجنبية

إنّ قوة الدولـة الأمريكية ودعمهـا للنظام العالمـي الجديد كانت سـبباً في أن تكون الطرق التي يفهم مـن خلالها الأمريكيـون العالم ذات تأثيـر حقيقي على غير الأمريكيين. فالأمريكيون يعتمدون بشـكل كبير علـى الانطباعات المتكونة لديهـم من خـلال أجهـزة الإعلام لديهـم من أجـل فهم العالـم، مما يـؤدي في النهايـة إلى الضغط على رجـال السياسـة والانتخابات حتى يتفاعلـوا مع العالم بشـكل معين. فقد أصبحت التغطية الصحفية للمناطق البعيدة والدول الأخرى، في ظل العولمـة، عاملاً مؤثراً في صنـع القرار في الدول. لذا يجـب الانتباه إلى الممارسات المرتبطة بالتغطيات الصحفية في العلاقات الأجنبية.

أنّ الصحفي عبارة عن نافـذة تطل على العالم لكنها تعطـي إنطباعاً جزئياً غير مكتمـل. فالأخبـار المحلية من الممكـن تتبع صحتها بسـهولة لإمكانيـة مقارنة الواقع المحيط مـع ما تنشـره أجهزة الإعـلام، لـذا فإمكانية تصحيـح المعلومة أسـهل وأكثر قابلية للتنفيذ لتعلق الخبر مباشـرة بالمتتبع لها، وذلك على عكس الأخبار الدولية والأجنبية التي لا يستطيع المواطن أو السياسي التحقق منها لأنه يعتمد بشـكل أساسـي وأحادي على ما تنقله لـه أجهزة الإعـلام كمصدر وحيد للمعلومات. كما أنّ وقوع تشـويه الحقائق في الأخبار الدولية لا يعني المواطن أو السياسـي بشـكل رئيسـي لأن مثل هذا التشـويه لا يمكن تصـوره أو معرفته، حتى وإن تم ضبط هذا التشـويه فـإن عملية التصحيـح تكون صعبـة، كما يعتقد واليز ويـاران. لهذا السـبب فـإن السياسـة المعتمدة علـى الأخبـار الدولية تنذر بوجود خطر واضح.

بُعد المسافة والقراءات الخاطئة المزدوجة

إنّ الاعتماد على وسـائل الإعـلام لفهم العالـم يـؤدي في النهايـة إلى قراءات خاطئـة للوقائـع والأحداث، فالجمهـور المخاطـب سـيضطر للاعتمـاد على

تقارير صحفية أحادية وجهات النظر للواقع ليتمكنـوا من خلق أي صورة نمطية ممكنة عن الدول والشعوب الأخرى البعيدة. هذه الصور النمطية تخلق بشكل تلقائي صـورةً ونمطـاً معيناً وحكمـاً مسـبقاً، سـواء أكان إيجابياً أو سـلبياً، نحو هذه الشعوب والدول ليتم ضبط السياسـات الخارجية وعمـل مراقبي الأخبار تجاههم ممـا يؤدي إلى فهـم العالم الخارجـي بنمطية محددة يفهـم من خلالها وقائعهم وأحداثهم.

إنّ عدم نقل الأخبـار يعني عدم حدوثهـا عند الناس، لذا فإن وسـائل الإعلام تتحكم فـي ما يصـل إلى النـاس وتؤثر فـي فهمهم لمـا يحدث ومـا لا يحدث، فالتلفـاز في أمريكا الشـمالية وأسـتراليا وأوروبا واليابـان يلعـب دوراً مؤثراً في تحديد ما يصل إلى النـاس من أخبار عـن العالم الخارجي. لكـن من الملاحظ أن تأثيـر التلفـاز لا يـوال ضعيفـاً فـي مـا يتعلـق بالوقائـع والأحـداث المعقدة والمركبة التـي تحتاج إلى تفصيل وتحليـل، لأن التلفاز يعتمد فـي عمله بصورة أساسـية على الكثير من الصور المثيـرة للعواطف مع كم قليل مـن المعلومات، لذا فهو يعمـل على تكوين ثقافـة عامة فقط عنـد الجمهور دون إعطـاء تفاصيل محددة. وهذه الثقافة مبنية في الأسـاس على صور عاطفية قوية ترسـخ في ذهن النـاس. وقد مثل نيومـان وآخرون علـى دور التلفـاز المؤثر من خلال تسـخيره الصـور العاطفية المؤثرة علـى الناس في ما نتـج عند الناس مـن انطباعات نحو البيض في جنـوب أفريقيا عند تغطية التلفـاز الأمريكي صـراع التفرقة العنصرية هناك، وكذلك عندما غطـى الحرب في الصرب بعد نشـر صور حرب البوسـنة والهرسك عام ١٩٩٠ في وسائل الإعلام الأوروبية.

حقيقة المشـكلة أنّ التقاريـر المتلفزة عن الـدول والشـعوب الأخرى تبحث فقط عن أخبار ذات صور قوية مؤثرة، لذا فإن التلفاز يبسط ويختصر التعقيدات والمضامين حتى يناسـب الخبـر جمهـوره، لدرجـة أنّ الأخبـار العالمية يمكن أن تختصر ببسـاطة إلى سـيناريو الرجل الطيب مقابل الرجل السـيء. لذا يعتقد

ويسترمورلاند أنّ البساطة في طرح المواضيع قد يعطي الانطباع المطلوب، فالتلفاز نقل الحرب في الخارج إلى داخل أمريكا، لكن التلفزيون الأمريكي أراد صوراً مؤثرة وقوية، لذا لم يرى الناس للحرب وجهاً آخر غير صور إطلاق النار والقتلى والنساء واللاجئين والحرائق، وتم تجاهل صور الحياة العامة للناس في أغلب ذلك الوقت.

سادكوفيش من جهة أخرى يرى في ذلك عملية مشابهة في تغطية ونقل أخبار تفكك يوغسلافيا، فهو يعتقد أنّ التلفاز لا يستطيع أن ينشر إلا أنواع محددة من العواطف، لذا فهو يحفز ويدفع الناس ولا يثقفهم أو يزودهم بأي معلومات أو يشرح أي معلومة لهم، فإذا كان التلفاز مجرد حلم فهو إذن يحدد واقع الناس أيضاً، فالتلفاز عندما يركز على بعض الأفكار والمجموعات فهو يخفي مجموعات وأفكار أخرى تصبح في حكم العدم عند الناس لعدم توصيل وسائل الإعلام للجمهور أي شيء عنهم.

سادكوفيش نبّه على الكيفية التي سيطروا فيها على توجيه النزاع اليوغسلافي في وسائل الإعلام، فقصة الفتاة المسلمة والشاب الصربي اللذان قتلا مع بعضهما البعض كانت قصة رائعة درامية لكنها لم تعني شيئاً للأخبار المتلفزة. هذا التعامل العاطفي والدرامي أصبح أداة لشبكات التلفزة الأمريكية عند تغطية الأحداث الخارجية والذي يصب في النهاية في شاشات شبكات التلفزة الخارجية الأخرى. لذا فإن ما ينشر في شاشات التلفاز أصبح عاملاً مهماً في التأثير على السياسات الخارجية عندما يضغط الشعب على صناع القرار للتعامل مع الأحداث الخارجية بناءً على ما يرونه في التلفاز.

أما الصحفيون من جهة أخرى فعندهم سوء فهم خاطئ عند قراءة الأحداث الخارجية والدولية التي يرسلون لتغطيتها. فعندما يغطي الصحفي خبراً خارجياً فهو في الواقع يحلل ويفهم الوقائع بناءً على صور سابقة راسخة في ذهنه مما يحدد طبيعة أسئلته والأجوبة التي يريد الحصول عليها، مما يجعل العالم

الخارجي وما يحويه من أشخاص وأماكن غير قابل للتغيير.

هناك عدة عوامل أوجدت مثل هذا الفهم الخاطئ عند الصحفيين ومن يغطي الأخبار الدولية والخارجية:

أولاً: الصحفيون هم في الحقيقة أجانب لا يملكون ما يكفي من الخبرة والثقافة لفهم المجتمع الذي يحاولون تغطية الخبر فيه، خصوصاً إن كانت هذه المجتمعات قائمة على معتقدات وأديان مغايرة لما اعتاده الصحفي، مثل أن يتم إرسال صحفي مسيحي ليغطي خبراً في دول العالم الإسلامي، أو مثل إرساله لمجتمعات معقدة التركيب مثل دول البلقان وجنوب أفريقيا وروسيا. لذا فالصحفيين ومعدي نشرات الأخبار يحاولون دوماً فهم غيرهم بناءً على معتقداتهم وتاريخهم، مما يخرج تقاريرهم مشوهة التفاصيل وبعيدة عن أرض الواقع. لذا نرى التلفاز يقف عاجزاً عن التعامل مع أخبار وأحداث معقدة التفاصيل، ومثال ذلك كيفية إظهار التلفزيون لحقيقة النزاع في القوقاز يوغسلافيا على أنه نزاع لأسباب دينية وعشوائية.

ثانياً: عند تغطية الأخبار الخارجية فإن شبكات التلفزة ومعدي الأخبار والصحفيين دائماً يتواجدون في أماكن بعيدة عن الحدث والناس، فهم يتجمعون في مناطق محصنة بعيدة مع الدبلوماسيين والعاملين في المنظمات الخيرية ورجال الأعمال ورجال المخابرات والمناصب العليا، مما يجعل تحليلاتهم بعيدة عن أرض الواقع. كما أن الصحافي عند سفره إلى الخارج فإنه يحمل معه أفكار متحازة عن العالم الخارجي نتيجة حضارته وثقافته، بالإضافة لحمله أفكار محرري نشرات الأخبار الذين يعمل لديهم. أي أن الصحفي يخضع بشكل أو بآخر إلى ضغوطات مجتمعه المحلي حتى يصيغ الخبر بما يناسب احتياجات ومتطلبات دولته ومجتمعه. ومثال ذلك الصورة النمطية ضد المسلمين في الغرب وكيف أنّ القيم والأفكار الأمريكية والأوروبية الغربية أصبحت المعيار التي على أساسها يقاس الصواب والخطأ في العالم وذلك

ناتج عن سيطرة شبكات التلفزة الأمريكية مثل CNN والأوروبية على حجم تغطية الأخبار العالمية. مما يؤدي إلى جعل الصحفي الغربي يطبق معاييره على جميع الأحداث التي تمر به والتعامل معها على هذا الأساس.

إنّ المجتمعات والدول الأخرى التي لا تقوم على الأسس والقيم والمعايير الأمريكية والغربية مثل كوريا الشمالية وأفغانستان وإيران والمسلمين الأصوليون الذين أصبحوا كلمة مرعبة في وسائل الإعلام الغربية. أصبحوا يصنفون على أنهم مجتمعات لا يمكن فهمها ومنتقدة، كذلك الأمر في نزاعات أفريقيا السوداء كالصومال ورواندا، حتى وصل الحال في بداية القرن إلى اعتبار الأفارقة في جنوب أفريقيا عديمي القيمة لمخالفتهم النظام الاجتماعي والسياسي الأوروبي، لكن الصحفيون استخدموا حالة العنصرية والعبودية ضد السود في أمريكا لتوضيح صورة التفرقة في جنوب أفريقيا لأنهم لم يستطيعوا فهم طبيعة النزاع في جنوب أفريقيا فاستبدلوا الصورة الحقيقة بما اعتادوا عليه مما أدى إلى تفسيرهم سبب النزاع بشكل خاطئ.

ثالثاً: يستخدم الصحفيون مصطلحات مختصرة للغاية لوصف أحداث دولية معقدة التركيب حتى يستطيعوا إيصال الحدث لمشاهديهم، وهذا الاختصار دائماً ما يؤدي إلى تشويه حقيقة الحدث، فأحداث كوسفو تم وصفها بكلمتين: "تطهير عرقي" والأحداث في جنوب أفريقيا ب"الصراع ضد سطوة البيض". المشكلة في هذه الاختصارات أنها تصبح حقيقة وواقع لدى الجمهور لعدم وجود صلة مباشرة مع واقع الأحداث الدولية فتأخذ هذه المصطلحات والاختصارات كحقائق ثابتة عند الناس وعند الجيل الثاني من الصحفيين عند ذهابهم لتغطية أحداث دولية لأنهم سيفهمون العالم كما تعلموه وشاهدوه.

رابعاً: يستخدم الصحفيون عادة أسلوب المقارنة بين النقيضين عند محاولة فهم الأحداث الخارجية، فهناك دائماً الأخيار ويقابلهم الأشرار وهذا الفهم مرتبط بسياسات دولهم الخارجية، مما يعني مدح وإظهار مثالية بعض

الجماعات من جهة وذم وتقبيح صورة بعض الجماعات الأخرى في عيون المشاهد، لدرجة أنّ الفهم السائد عن الجماعات المذمومة خرج من مرحلة السماح بكرههم إلى مرحلة "لا بد من كرههم". ففي العقد الأخير أصبحت جماعات مثل ليبيا وإيران والأفارقة والصرب والمسلمين الأصوليين من الجماعات التي عملت أجهزة الإعلام على تصويرهم بأقبح الصور حتى أصبح كرههم مسألة طبيعية عند المشاهد. وهذا الأسلوب يسمى أسلوب الضحية والمجرم وهو أسلوب مؤثر للغاية لدرجة أنّ المنظمات غير الربحية أصبحت تستخدمه لخدمة الضعيف: "الضحية". إنّ هذا المبدأ مهد لقبول مسألة العنف أو قتال المجرم لحماية الضحية عند الناس والسياسيين. فأمريكا، على سبيل المثال عندما أرادت دخول الحرب ضد أفغانستان، بدأ البنتاغون للتمهيد لمسألة الحرب من خلال مبدأ "الضحية والمجرم" عندما أثار قضية تحرير المرأة من طالبان والتي تعتبر من أكثر القضايا المتعاطف معها في الغرب، فأصبحت القصص المتداولة عن العنف والاضطهاد ضد المرأة تنشر لجلب التعاطف مع القضية، حتى أصبح تصوير البرقع على أنه رمز لاضطهاد المرأة مما برر مسألة الحرب على طالبان عند الجميع.

إنّ هذا الأسلوب يعتبر وسيلة علاجية تستخدمه وسائل الإعلام لعلاج مشاهديها، فمتى أرادت جلب خبر مفرح فما عليها إن أن تعرض قصة مساعدة ضحية والتغلب على المجرم لمشاهديها، كما يعتقد فإن جينكين. بل إنّ هذه القصص تكون أكثر نجاحاً إن استطاعت وسائل الإعلام جعل المشاهد يعتقد أنه ساهم في مساعدة الضحية عن طريق تبرعاتهم أو مساندتهم لقواتهم التي أرسلت لهذه البلدان.

يعتبر نلسون مانديلا مثالاً واضحاً على "الضحية ضد المجرم" و"التعاون الجماعي لإنقاذ الضحية". بالإضافة لذلك فإن التغطية العالمية لفيضانات موزامبيق عام ٢٠٠٠ تعتبر مثالاً تقليدياً على هذه الحالة، لأن القصة ناسبت

معايير وسائل الإعلام. ففي القصة إنقاذ ضحايا الفيضان السود، والمنقذين كانوا البيض من جنوب أفريقيا، فاستعملت القصة لإظهار البيض من جنوب أفريقيا بصورة جيدة بعد نسيان قصة التفرقة العنصرية عندهم.، وإظهار فقر دول العالم الثالث بينما نرى أحداث لا تقل مأساوية عن هذه الفياضات تم تجاهلها بالكامل وقتها.

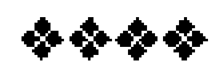
لكن من الواضح أنّ نموذج "الضحية والمجرم" سبب عدداً من المشاكل لوسائل الإعلام، فهناك العديد من الجماعات التي صورتها وسائل الإعلام على أنها مجرمة ويجب أن تكره، غيرت من مواقفها، كما أنّ هناك العديد من الجماعات التي صورت بأنها ضحية أصبحت في موقف المجرم حسب وسائل الإعلام. مثال ذلك: أمراء الحرب في أفغانستان الذي تعاونوا أخيراً مع الحكومة الأفغانية، وكذلك حال الأندونيسيون في تيمور. هذه الأحداث المتغيرة قابلتها وسائل الإعلام بصمت. هناك أيضاً مجموعات تدخل في صلب السياسة الأمريكية مما يجعل وسائل الإعلام تغض النظر عنها، فبالرغم من أوجه التشابه الكبيرة بين الإسرائيليين والبيض في جنوب أفريقيا، فإن وسائل الإعلام لا تظهر الإسرائيليين بصورة المجرم أو المعتدي لقوة اللوبي اليهودي الأمريكي.

يعتقد كاريم أنّ التركيز في وسائل الإعلام موجه نحو الطائفية الدينية عندما يتعلق الأمر بالمسلمين عندما يتم استغلال الصور لتصوير اضطهاد المسلمين للمسيحيين، بينما إن كانت الحالة هي العكس، فإن المسألة تصبح عرقية لا أكثر ولا أقل.

خامساً: عند إرسال الصحفيين إلى الخارج لإعداد التقارير فإنهم يختارون تلقائياً من يرتاحون للعمل معه، ممن يتقاربون معهم في الثقافة والحضارة أو ممن يدعمون أفكارهم ومعتقداتهم. مثال ذلك ما حصل مع التغطية الإخبارية الغربية للتفرقة العنصرية في جنوب أفريقيا حيث كانت المقابلات تجري مع

البيض أو الأفارقة الذين يدعمون الأفكار الغربية. كذلك الأمر في روسيا، فقد تعامل الصحفيون بشكل سلس مع أفراد الحركة المتحررة الداعية إلى التغيير لأن أفكارهم ناسبت أفكار محرري الأخبار في البلدان الغربية. ولا يختلف الأمر عن تغطية مرحلة ما بعد طالبان، فالصحافيين الغربيين اعتمدوا على تحليلات من يعيش في المجمعات المغلقة في كابول التي يعيش فيها الغربيون، والأفغان المنادون بالأفكار الغربية المنضمين إلى الحكومة الجديدة، وعمال الإغاثة وغيرهم. بينما تم إقصاء أغلبية الأفغان لأن أفكارهم بالنسبة إلى الغرب تعتبر غريبة ومنتقدة ولا يمكن فهمها على الإطلاق. لذا فإن الاعتماد على طبقة واحدة من الشعب كمصدر وحيد للمعلومات قد يؤثر سلبياً على منحنى السياسات الخارجية.

سادساً: غالباً ما يفهم الصحفيين الأحداث الخارجية حسب أجندة بلادهم. فعلى سبيل المثال: اعتبرت وسائل الإعلام الأمريكية التفرقة العنصرية في جنوب أفريقيا مشابهة للتفرقة العنصرية في أمريكا فتم تمرير جميع أحداث جنوب أفريقيا على أنها مشابهة لأحداث التفرقة العنصرية في أمريكا. مما يعني أنّ الصحفيين أصبحوا مرخصين من قبل مؤسساتهم بأن يكونوا كسالى في تقصي الحقائق لأنهم ببساطة يحللون الأحداث بناءً على مفاهيمهم الخاصة.



التفسيرات المنحازة: الصحفي السائح

إنّ تأثير محطات التلفزة الإخبارية على عملية صنع القرار في الولايات المتحدة الأمريكية قاد غير الأمريكيين إلى الاهتمام بإيجاد طرق مناسبة للتأثير على الصحافيين الذين يجمعون المعلومات عن بلادهم. فليس من الغريب أن تجد بعض المجموعات في مناطق النزاع يتجهون فقط لشبكات الأخبار CNN وBBC عندما يريدون مخاطبة المجتمع الغربي. فمن الخطأ أن يعتقد أحد أنّ الدول المهمشة ما هي إلا ضحايا، لأن عناصر التأثير على المجتمع الدولي نشيطة في التلاعب بالمعلومات للتأثير على عملية صنع القرار في أمريكا والإتحاد الأوروبي.

إنّ النظام العالمي الجديد غيّر الكثير من مجرى العمليات في العالم، من ضمن ذلك: السياسة الدولية، وتدفق المعلومات وطبيعة التقارير الإخبارية. ففي ظل التطورات التكنولوجية تغير أيضاً أسلوب الصحافة ونقل الأخبار مما أدي إلى تغير العلاقة بين غرف الأخبار في العالم الغربي – في أمريكا والإتحاد الأوروبي بالتحديد – وغرف الأخبار في الدول الأخرى. فالتطور التكنولوجي جعل غرف الأخبار والصحفيين والكاميرات غير مقيدة، ووجود الطائرات يعني سهولة سفر الصحافي لتغطية الخبر وتوصيله للعالم بنفس اللحظة عن طريق الأقمار الصناعية، مما خلق ما يسمى بالصحفي السائح الذي يسافر من بلد إلى بلد لتغطية الأخبار مع تواصله مباشرة على الدوام مع غرف الأخبار في بلده الأصلية. فطبيعة رحلات الصحفي السائح عادة ما تكون قصيرة وتقضى في غرف الفنادق ومع أشخاص محددين، مما يجعل تواصلهم مع المحليين أو فهم الأحداث من منظورهم محدود للغاية.

توفر الصحافة السياحية للحكومات الصغيرة مصدر معلومات وأداة اتصال عالمية، لكن هذه الأداة لا تزال ذات قالب غربي موجه للجمهور الأمريكي،

فصنع القرار في النهاية يأتي من أمريكا. فشبكة الأخبار CNN تستطيع أن تدعي أنها ليست أمريكية وإن طاقمها المتنوع العالمي يثبت ذلك، لكن من المعلوم أنّ القاعدة الأساسية لها في أمريكا وإن برامجها أوروبية أمريكية التوجه وإن أهميتها تأتي من أنها موجهة لصانعي القرار في أمريكا.

يمكن التلاعب في الصحفي السائح أكثر مما يمكن التلاعب بالصحفي المحلي لأنّهم يتواجدون لفترات قصيرة في أماكن كثيرة غريبة عنهم، لذلك هم الأكثر استهدافاً من قبل صانعي القرار ومسؤولي العلاقات الخارجية.

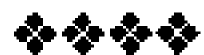
بالرغم من أنّ الأخبار العالمية تضع الخطوط العريضة لما يمكن اعتباره خبر يستحق النشر، إلا أنّ التأثير على الأخبار العالمية ليست أحادية الجانب على الإطلاق. فالعالم مليئ باللاعبين - سواء كانوا كباراً أو صغاراً - الذين يسعون للتأثير على وسائل الإعلام العالمية، إلا إنّ النجاح في التأثير على وسائل الأعلام وتسيسها لصالح أي مجموعة يتطلب اللعب حسب شروط وسائل الأعلام الغربية، خصوصاً الأوروبي - الأمريكي. لذلك ليست الدول القوية هي التي فقط تستطيع استغلال وسائل الإعلام العالمية لتوصيل رسائلهم أو التأثير في صناع القرار، بل هناك العديد من الدول والمجموعات المهمشة التي تستطيع استعمال هذه الأداة لصالحهم.

مثال ذلك: عندما نظم الكونجرس الوطني الإفريقي برنامجاً تلفزيونياً لتسويق فكرة التحول إلى الديموقراطية بشفافية حيث صوّر كيف أنّ الطيب ينتصر والشرير يخسر وإن العدالة في النهاية تطبق.

هذا البرنامج تمت كتابته وصياغته ليناسب الصحفيين السياحيين، فالبرنامج صمم حتى تحبه وسائل الإعلام العالمية، فالجمهور الرئيسي الذي تم توجيه هذا البرنامج له هم في الحقيقة الأفارقة السود في أمريكا وذلك في أمل استعمالهم كقوة ضغط، كما تستعمل إسرائيل قوى الضغط اليهودية في أمريكا،

حين صور لهم المشهد في جنوب أفريقيا بما يمكنهم فهمه من خلال معاناتهم، وقد نجحت هذه التجربة بشكل لا يصدق.

لذا فإن الصحافيين السياحيين يعتبرون عنصراً مهماً وقوة مؤثرة في وسائل الإعلام وصناع القرار في الدول والجماعات المهمشة، فهم على الأقل يوفرون فرصة التأثير على نوعية الصور التي يتم إرسالها للعالم، فالتطورات الحاصلة في الإعلام العالمي كالتغطيات الإخبارية المتلفزة للحروب والدبلوماسية وغيرها أصبحت سمة ظاهر في الإعلام اليوم.



الأخبار المهمة الصعبة للصحافة العالمية

تعريف عصري للأخبار

من الصعب إيجاد تعريف شامل للأخبار يتفق عليه الجميع، لذا فإن الهدف من هذا القسم هو إلقاء الضوء على مفهوم الأخبار والتعرف على العناصر الأساسية له من خلال الصحافة الدولية وخصوصاً الأجنبية.

عمل المختصين والباحثين عبر السنين على فهم هذا المفهوم، فمنهم من طبق النظريات التحليلية والعملية والنظرية والماركسية - التي تقول أنّ الأخبار تصنع من قبل الطبقة البرجوازية لاستعباد الطبقة العاملة - لذا وجدت هناك العديد من التعريفات، فتعريف كوهين ويونغ يقوم على أنّ الأخبار تصنّع، بينما شودسن يقول أنّ الأخبار تكتشف، أو تختار كما يقول ايستن.

تعتبر الأخبار انعكاس لصور وهمية لا يمكن التنبؤ بمدى صحتها. لذلك حاول العديد التعرف على أساسيات الأخبار لمحاولة فهمها، مثل محاولة فهم قيم الأخبار وضوابطها بينما قام آخرون بمحاولة شرح مفهوم الأخبار عن طريق نظريات ونماذج متعددة مثل نموذج ضوابط الأجندة، والبحث عن المعلومات، وغيرها من النماذج التي حاولت توضيح مبدأ عمل الأخبار في المجتمع.

كان أول ظهور لما يسمى النشرة الإخبارية في الغرب على يد يوليوس قيصر حين كان يعلق نتائج اجتماعات مجلس الشورى حتى يقرأها الناس ثم بدأ في تعليق الأخبار المتعلقة بالمحاكمات والإعدامات والاحتفالات والقرارات المهمة. ثم أمر القيصر بتوزيع هذه الأخبار على مناطق أخرى من الإمبراطورية الرومانية مما جعلها مشابهة للأخبار الدولية في عصرنا الحالي. ثم قام رجل يدعى كريستوس على جمع أخبار السفن والتجارة والأسعار ثم كتابتها وبيعها

في السوق مما أثار غضب بعض السياسيين والكتاب في ذلك الوقت.

أما أول ظهور رسمي لصحيفة أسبوعية ويومية فقد كان في القرن الثامن عشر في ألمانيا، حيث يعتبر الطالب الألماني توبيس بيشور أول صاحب تعريف أكاديمي لمصطلح الأخبار، حين عرفه على أنه معلومات لإشباع فضول الناس عن طريق نشر أخبار غير مهمة (وقس على هذا التعريف أخبار الفنانين والفنانات في يومنا الحالي). كما عرّف الأخبار على أنها تنبيه على أحداث مختلفة في أماكن مختلفة في العالم، ففضول الناس لمعرفة الجديد أوجد الجواب للسؤال الأساسي في الصحافة: ما الجديد؟

يعتبر الصحافي سريع الطباعة والقادر على العمل ضمن الوقت المحدد تحت ضغط العمل أهم وأكثر قيمة من الذي يحاول إيجاد خبر مهم ومن ثم صياغته بشكل مناسب. لذا فإن عدم وجود ضوابط وقواعد واضحة تعرف مفهوم الأخبار، جعل الصحافيون يتعرفون على مفهوم الأخبار وما يتعلق به عن طريق التواصل الاجتماعي في غرف الأخبار، مما تركهم بلا ضابط معتبر لتعريف مصطلح الأخبار.

ألفن توفلر في كتابه صدمة المستقبل الذي نشره في عام ١٩٧٧ تنبأ بتعرض وسائل الاتصالات لتحولات وتغييرات جذرية مع دخول الموجة الثالثة: موجة التطور المعلوماتي. هذه التغيرات أثرت على وسائل الاتصال كمصدر رئيسي للمعلومات. لذلك فإن على الباحثين والأساتذة والطلاب المهتمين بالصحافة أن يتمكنوا من إتقان فن الصحافة التقنية كإيجاد المعلومات والكتابة والتحرير بالإضافة لضرورة مساهمتهم في الجانب النظري والتحليلي للصحافة.

من أهم المعوقات التي تواجه وسائل الإعلام تكمن في كيفية صياغة الأخبار الدولية لجمهور لا يهتم أصلاً في أخبار دول لا يستطيع الناس لفظها بشكل صحيح. كما أنّ على مدراء محطات الأخبار أن يعرفوا كم تستطيع شبكاتهم تغطية

أخبار لا يهتم بها جمهورهم دون أن يؤدي ذلك لخسارة جمهورهم أو أرباحهم.

إنّ الأخبار المتعلقة بأحداث سيئة كالحروب والنزاعات والفيضانات تعتبر أخبار مهمة وكبيرة لأنّ الصور تستطيع التعبير عن الحدث، بعكس أخبار المجاعات والإيدز التي يصعب التعبير عنها. بالرغم من ذلك فمؤخراً أصبحت أخبار الجنس والعنف والمخدرات ودور الإنترنت في المجتمع وعلاقة الأخبار بالإرهاب والنزاعات والمرأة تحتل عناوين رئيسية. لكن المشكلة لا تكمن في نوعية الأخبار بل في كيفية رؤية الصحافيين للأخبار وكيفية تقديم هذه الأخبار من قبل شبكات الأخبار.

لقد امتاز القرن التاسع عشر بخصوصية الأخبار مما جعلها عقبة في وجه شبكات الأخبار. لكن اليوم أصبحت المسألة تتعدى نقطة اختيار المواضيع إلى تحديد ما هو مهم وما هو غير مهم.

مصطلح الأخبار

كما لاحظنا، فإن تعريف مصطلح الأخبار ليس بالسهل وإن الأخبار في الحقيقة غير دقيقة لاختلاف طريقة كل صحفي في تقدميها. لكن يجب التنبه أنّ الخبر في الواقع لا يرادف الحدث، فهو في الحقيقة عبارة عن محاولة الصحفي التقاط بعض اللحظات من الحدث ثم إعادة صياغته على شكل تقرير إخباري يتناسب مع ثقافة وسياسة وقيم معينة. بل إنّ طبيعة الخبر وسياسة دار النشر والسياسات التي تحدد الخبر المهم من الخبر غير المهم، ونوع المنافسة وما يرغب به الجمهور ومؤسسات التحرير، كل هذه العوامل تقف بشكل قوي أمام القوى السياسية والاقتصادية وغيرها.

من الواضح أنّ الأخبار لا يمكن اختصارها لتكون معاجلة ذات بعد واحد للعلوم والتطبيقات مثل أن تعرف الأخبار على أنها: إن عض الكلب ساعي البريد فهذا ليس بخبر، لكن إن عض ساعي البريد الكلب فهذا يعتبر خبراً. إنّ

التطور في المجال المعلوماتي يتطلب تأسيس قوي في التدريب العملي وكفاءة علمية في مجال الصحافة مع وجود نظريات أكاديمية لتفسير هذا العلم.

من الطرق السهلة لإيجاد تعريف مصطلح الأخبار هو العودة إلى قاموس جيب أكسفورد الجنوب إفريقي الذي يعرف الأخبار على أنها معلومات عن أحداث مهمة أو حديثة عند بثها. لكن بالرغم من بساطة هذا التعريف إلا أنه لا يستطيع الإجابة عن كل الأسئلة المثارة عن معنى مصطلح الأخبار. أما قاموس دراسات الاتصال ووسائل الإعلام فقد عرف الأخبار بأنها بناء الواقع من خلال أدوات إنتاجية مع توفير جو مألوف يعتمد على المنطق والأمثلة الواقعية.

أما أصحاب الجرائد فلديهم أيضاً تعريفهم الخاص بالأخبار فهم يعتبرونها ما يحتاجه شخص ما في مكان ما بينما الباقي هو مجرد دعاية وإعلان، كما يعتقد اللورد نورث كليف. بينما يعتقد خبير الصحافة ديميس ماك شانج أنّ الأخبار عبارة عن نزاعات وأخطار وصعوبات وفضائح وفردية تعتمد على نوعية الأخبار. هناك العديد من التعاريف الأخرى، لذلك فإننا الآن سنتعرض إلى بعض النظريات المستعملة من رجال وسائل الإعلام لتعريف الأخبار.

الواقعية والموضوعية

تدعي الصحافة أنّ الاحترافية تعني أن تملك القدرة على تقديم الأحداث والأخبار بشكل موضوعي، وعليه يجب على الصحفي أن يجمع الأخبار ثم تقديمها إلى الجمهور دون أي تدخل شخصي في محتوى الموضوع. بالرغم من هذا فإن الصحافيين لا يدركون ماذا يعني أن تكون موضوعياً فالموضوعية ليست قاعدة احترافية يرجع لها في الصحافة وإنما تطور رافق التطور التنظيمي للمؤسسات مما جعله من أساسيات عمل الصحفي. لذا فمسألة الاحترافية في الحقيقة لا تعني بالضرورة الموضوعية في نقل الأخبار، وإنما الموضوعية ما هي إلا عبارة عن عذر يستعمله الصحفي ليبرر مهنيته واحترافه في العمل،

فالموضوعية إذن تثير سؤالان هما:

- كيف يقيّم الصحفيون الأخبار على أرض الواقع؟
- وما هو تأثير الواقع على تقييمهم؟

إن علم الاتصالات والصحافة التطبيقية يقترح أنّ الموضوعية في الصحافة لا يمكن أن تقيم على أنها مبدأ معتبر وإيجابي، وإن الصحافة تقوم على أساس الاختيار ثم التركيز على ما تم اختياره. لذا فإن الباحثين توصلوا إلى أنّ الموضوعية في الصحافة مستحيلة.

إذن يمكن افتراض أنّ فهم الصحفي وتحليله للأحداث هو فهم وتحليل منحازٌ مثل انحياز أي قارئ لمقالة عند وقت قراءتها، لأن الصحفي هو الذي يختار في النهاية ما سيعرض وما سيحذف لكن ضمن سياسة وسائل الإعلام التي يعمل لديها والأحداث المحيطة بالحدث، كأن يكون في منطقة حرب أو تحت ضغط سياسي معين. ومن المشاكل الأخرى التي تواجه تحضير وبناء الأخبار أنّ الكلمات المستعملة للتعبير عن الخبر ليست واضحة، فالبشر يتواصلون بشكل يتم به توصيل المعاني بناءً على عوامل اجتماعية ونفسية. فكل قارئ للأخبار سيضع فهمه وتحليله الخاص للخبر. لذلك فإن الموضوعية في الخبر ونقله من جهة والانحيازية في نقل الأخبار من جهة أخرى من المشاكل الحساسة التي تمس الصحافة ووسائل الإعلام.

مدخلات ومعطيات الأخبار

هناك طريقة أخرى لفهم الأخبار وذلك عن طريق التعرف على معطيات ومدخلات الأخبار التي تصنع الأخبار، حيث تعتبر هذه المعطيات رموز مهنية تستخدم لاختيار وتقديم الأخبار في مؤسسات النشر والإعلام. فعامل الوقت والبعد في المسافة يلعبان دوراً مهماً في تحديد ما يمكن أن يكون خبراً وما لا يمكن أن يكون خبراً، لذا قيل: الخبر القديم ليس أصلاً بخبر. يعتقد كريستيانز

بأنّ التقارير الإخبارية تفضل بشكل ملحوظ سرعة اتخاذ القرارات على التأني الطويل، كما تفضل الردود على الإنعكاسات. وعليه فإن الصحفي - رجل المهمات - ذو قيمة، بينما المثقف عادة ما يشك فيه. لذلك كتب العالم الألماني ألبرت ستشافي في عام ١٨٨١ أنّ الصحافي التقليدي يعيش الخبر يوم بيوم، وتحليله للقضايا هو نتيجة الروتين الذي تفرضه صناعة الأخبار، لا لأنه يقوم بتحليل المواد بشكل علمي.

بالرغم من أنّ الصحفي يفترض به أن يملك هذه المعطيات إلا أنّ القليل فقط يرغب في التعرف على هذه المعطيات وتحديدها. فمن ملايين الأحداث في العالم، نسبة قليلة فقط تعتبر أخبار محتملة للنشر ثم هناك نسبة قليلة فقط تنشر كأخبار. لذا يرى علماء مثل هاريس وليتر وجوهانسون أنّ المعطيات الطبيعية التي تصنع الأخبار هي:

- **النزاع:** المفاجأة والضغط
- **التطور:** النجاح والإنجازات
- **الكوارث:** الخسارة والدمار
- **النتائج:** تأثير الأفراد أو المجتمعات
- **الأهمية:** الشهرة
- **الحداثة:** الخارجة عن المألوف والعاطفية

بينما جاتلونج وروج خلصوا في عملهم الكبير سنة ١٩٦٥ أنّ هناك تسعة عناصر تؤثر على صناعة الأخبار واختيارها، وهذه العناصر ما زالت تنطبق على الواقع حتى يومنا الحالي:

- **الفترة الزمنية:** ينبغي للحدث أن يناسب الوقت المحدد المعطى لوسائل الإعلام.

- **الكميـة والقيمة الحديـة:** الزيـادة المفاجئة فـي المسـتوى الطبيعي لعدد الأخبار والأحداث.
- **الوضوح والشـفافية:** خبر بأحـداث واضحة على الأغلب تنشـره وسـائل الإعلام.
- **الانسـجام:** القصص التي سـتوقعها الناس، مثل قصص الفسـاد في بعض البلدان التي عادة ما تختار للنشر.
- **المفاجأة:** الأخبار الغير متوقعة تعطي للخبر زيادة في الأهمية.
- **الاستمرارية:** عندما تبدأ قصة فإنه سيكون هناك دافع لجعل القصة تستمر.
- **التحرير:** قصـص الأخبار تحتـاج أن تتوافق مـع التوازن الطبيعي لوسـائل النشر.
- **معطيـات ثقافيـة واجتماعيـة** للمجتمعـات والمسـؤولين عـن وسـائل الإعلام.

هذه المعطيات يجب ربطها مع المعطيات الستة التالية:

- من سيظهر في الخبر
- ماذا سيكون الخبر
- ما هو سبب حدوث الخبر
- ما هو موقع الخبر
- متى وقع الخبر
- ما هي أخلاقية الخبر

دي بيير من جهة أخرى يرى أنّ الخبر متى مـا كان قرياً وضخماً فإن معطيات الخبر ستكون:

حسب ميزان البعد والمسافة:

- **الوقت:** متى ما كان وقت الخبر أقرب متى عظم حجم الخبر.
- **القرب:** مثل النقطة السابقة.
- **العوامل النفسية والاجتماعية:** مثل النقطة السابقة.

حسب ميزان الضخامة والحجم:

- **الوضع الراهن:** متى ما كان تأثير الحدث كبيراً على الوضع الراهن متى كان الخبر كبيراً.
- **الضخامة:** مثال ذلك: خبر موت سياسي مهم مقابل موت العشرات في حادث عادي.
- **الحداثة:** اهتمامات الناس والأمور غير الطبيعية.

عندما يجمع الحدث أكبر عدد ممكن من هذه المعطيات، يصبح الخبر أكثر احتمالا لأن يكون خبراً منشوراً. فعلى سبيل المثال: العراق بعيدة عن أمريكا لكن عندما ترسل أمريكا أبناءها للحرب في تلك المنطقة تصبح العراق قريبة إلى الشعب الأمريكي حسب ميزان النواحي النفسية والاجتماعية لهم.

لذلك يعتقد فولر بأنّ معطيات ومدخلات الأخبار ليست حيادية، لكنها تقود إلى أراء منقسمة في المجتمع على اعتبار الفروقات بين "نحن" و"هم"، وهذا واضح في كيفية تعامل الناس والمنظمات مع أخبار الحرب على العراق حيث تباينت مواقفهم حسب نظرتهم الخاصة للعراق.

الأخبار المفضلة

إنّ التقييم الكمي والعملي للأخبار يمثل أرض خصبة للصحافيين للتقرب من فهم هذا المبدأ الصعب فهل يعتبر الصحفي المحترف أنّ اختيارات

واهتمامات القارئ سؤالاً مهماً. وهل يعلم الصحفيون ما إن كان القارئ فعلاً يريد أن يعلم عن الخبر؟ فهناك فارق واضح بين ما يراه الصحفي نظرة واقعية للحدث وما يراه القارئ كتوضيح مناسب للواقع.

عادات القراءة

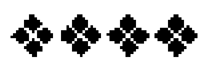
بغض النظر عن التغير في تعريف الأخبار في العقود القادمة، فالسؤال المطروح سيبقى دائماً ما إن كان القراء سيستمرون في إشباع جوعهم لمعرفة الأخبار عن طريق وسائل الإعلام التقليدية كالجرائد والمجلات والتلفاز والراديو. فالتطور المعلوماتي أنتج موديلات عديدة للاتصال مما أثر على نشاطات البشر.

من أكثر الأخطار التي تواجه الصحافة المكتوبة عدم وجود الدافع عند الناس من أجل بذل مجهود من أجل القراءة أو لعدم قدرتهم على القراءة من الأصل، لذا فإن إدوين أولدر المحرر في صحيفة واشنطن ستار كتب قبل عقدين من الزمن أنّ السبب الرئيسي في موت الصحافة المكتوبة هو عدم قدرة الناس على القراءة. بينما يرى ماكلوهان أنّ الناس يفضلون الخبر المصور الموجود في التلفزيون لأنهم يظنون أنّ ذلك يعطيهم معلومات أكثر فهم يشاهدون صور ويسمعون الخبر أيضاً في نفس الوقت لذا فمسألة القراءة أصبحت عملية لا ضرورة لها.

يضاف إلى هذه الظاهرة زيادة أعداد الأطفال في قضاء أوقاتهم في أماكن التسوق ولعب ألعاب الفيديو بدلاً من القراءة، حتى أنّ يودر يعتقد أنّ سبب اندثار صحفية واشنطن ستار هو زيادة أعداد الحضارات والثقافات التي تقوم فيها القراءة على أساس التدبر. إذن من المهم بحث هذه القضايا لمعرفة إن كانت الأخبار الموجودة في وسائل الإعلام التقليدية تناسب العصر الحالي.

مفهوم الأخبار الحديثة

إذا قبلنا في عصر التطور الصناعي أنّ الأخبار ما زالت تعتبر جزء معتبر من أشكال المعلومات الذي يحتاجه الإنسان المتحضر للبقاء، فإن السؤال يبقى مفتوحاً إن كان مفهوم الأخبار التقليدية سيبقى معياراً قبولاً في العقود القادمة خصوصاً في الأخبار العالمية. كذلك الحال في ما يتعلق بمبدأ الأخبار الجيدة التي هي في الحقيقة ليست بأخبار، فوسائل الأعلام تركز فقط على النزاعات والسلبيات والأحداث غير الطبيعية فيما يتعلق بالأخبار الدولية. فهذه التطورات تدفع للتساؤل ما إن كان مبدأ الأخبار السيئة سيستمر في تحديد القصة التي تستحق النشر وتثير اهتمام الناس أو أنّ الأخبار الجيدة ستتمكن من الظهور وتصبح هي التي ستحدد الخبر في المستقبل.



واقع الإعلام المعاصر في مناطق العالم

الدول الأوروبية

ملاحظات عن تاريخ المنطقة وخلفيتها

تتميز وسائل الإعلام أوروبا بالتنوع، فالجزء الشمالي يمتاز بنسبة عالية من القراء وانتشار الصحف والتطور التكنولوجي في مجال الصحافة على عكس الجزء الجنوبي من المنطقة. لكن بالرغم من تدهور نسبة القراء في أوروبا الغربية فإن نسبتهم في الدول الإسكندنافية لا زالت تعتبر مستقرة إلى حدٍ ما.

إنّ ملكية وسائل الإعلام من الهواجس التي تثير القلق في أوروبا، فالرئيس التشيكي في مؤتمر حرية الصحافة العالمي عام ٢٠٠٢ نبه على هذه المسألة وتأثيرها على حرية الصحافة في ظل العولمة بالرغم من أنّ أوروبا تعتبر من أكثر الدول التي تمتاز بحرية الصحافة فيها، فأغلب الصحف والمجلات المعروفة المشهورة تنشر من أوروبا.

إنّ التلفاز في أوروبا تطور كأداة خدمية لا تجارية، لذا ينظر إلى التلفاز على أنه أداة تعليمية ومزود للمعلومات. ثم دخلت القنوات الترفيهية التجارية إلى السوق الأوروبي، أي أنّ المشاهدون الأوروبيون يجب عليهم شراء رخصة تلفاز ودفع تكاليف معينة للتمكن من مشاهدة هذه القنوات التجارية. يمكن القول بأنّ التلفاز، بشكل عام، عانى أكثر مراحل كساده في القرن الواحد والعشرين فنسبة الإعلانات في قناة ITV نزلت بنسبة ١٢٪ في عام ٢٠٠٢. وهذا التدهور ظهر في فرنسا وألمانيا أيضاً مما يثير التساؤل إن كان التلفاز سيقف في وجه وسائل الإعلام الرقمية وأخبار الكيبلات! فمن المتوقع أنّ تدهور عائدات الإعلانات لشبكات الأخبار سيؤدي إلى اندماج المؤسسات الإعلامية. مثال

ذلك محطةRTL التي تبث من لوكسمبورغ والتي لها حضور واسع في أوروبا، إلا أنّ تعقيدات الإجراءات المحلية والقانونية ما زالت تقف عاقباً في وجه هذه الاندماجات.

تعتبر صحيفة International Herald Tribune من أشهر الصحف في أوروبا والتي منشأها في باريس وتعتبر فرعا لصحيفة New York Herald والتي لم يقف تدني أرباحها في وجه انتشارها لما تمتاز به من سمعة ممتازة وتحري للأخبار بموضوعية. ومثال هذه الصحف التي تنتشر في أوروبا وأصلها من خارج أوروبا كثير.

البداية الأوروبية

تطرق المجلس الأوروبي للإعلام لأربعة نقاط مهمة تهم وسائل الإعلام:

- وسائل الإعلام والديموقراطية
- وسائل الإعلام في أوروبا
- النزاعات ووسائل الإعلام كالتطرق لمسائل حماية الصحفيين والعنف ضد أجهزة الإعلام.
- أجهزة الإعلام وقبول الناس لها وما يتعلق بها من التوتر العرقي.

من أولويات المجلس الأوروبي مناقشة حرية التعبير لدى أجهزة الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة، وما إن كانت القوانين الموضوعة تناسب التطور المعلوماتي والتشريعات المتغيرة. لذا فإن جولدبيرغ يعتقد بأنّ قانون حقوق الإنسان في أوروبا أعطى الصحافة وأجهزة الإعلام الحماية لحرية التعبير. فالمجلس معني بالدرجة الأولى بقضايا تهم مستقبل الإعلام بشكل يتناسب مع حماية حقوق الإنسان وحرية التعبير.

في عام ١٩٩٧ تم اعتماد ما يسمى بالوثيقة الخضراء الخاصة بوسائل

الاتصالات التي ناقشت التشريعات والقوانين الخاصة بوسائل الاتصال والبث في القرن الواحد والعشرين. إنّ المبادئ التي قامت عليها هذه الوثيقة هي العمل على تحديد التشريعات لتحقيق الأهداف المرجوة، وإن تكون هذه الأهداف واضحة، بالإضافة إلى الأخذ بعين الاعتبار ما يريده الجمهور، وإيجاد خطة عمل واضحة لتقرير التشريعات المناسبة.

المنح الحكومية

يهدف نظام المنح في العديد من دول غرب أوروبا إلى تحقيق الاستقرار وخلق نوع من المنافسة بين المؤسسات الإعلامية. فمعظم الدول الأوروبية تمنح خصومات على الضرائب الإضافية والجمارك للصحف. بينما يعتقد مورشيتز أنّ برامج التقشف العامة زادت من حدة التحديات التجارية وساهمت في تغيير أذواق المشاهدين وخلقت ضعفاً في البرامج الوطنية مما أدى إلى إعادة النظر في برامج المنح كما حدث في النرويج والنمسا وغيرها من الدول.

الساتلايت

معظم الدول الغربية كأمريكا واليابان وفرنسا وإيطاليا وغيرهم من الدول وقعوا على اتفاقية تأسيس المنظمة الدولية لوسائل الاتصال عن طريق الساتلايت في عام ١٩٦٤. فقد تم إنشاء أول أربع محطات بث عبر الستلايت في أوروبا، لذلك تمكنت أوروبا من الحفاظ على مستوى عالي في مجال أنظمة الساتلايت، فالإتحاد الأوروبي قرر أنّ لمواطنيه الحق في الحصول على خدمة الساتلايت دون أي قيود أو أعباء.

دخول الإنترنت وأجهزة الموبايل

في عام ٢٠٠١ ولأول مرة ارتفعت نسبة استعمال الدول الأوروبية للإنترنت عن الولايات المتحدة الأمريكية، بل قد توقع المحللون أنّ هذه الزيادة ستستمر حتى عام ٢٠٠٥ حيث يتوقع أن تصل نسبة مستخدمي الإنترنت إلى ٦٧٪ من

إجمالي عدد سكان أوروبا. فأغلب المستخدمين من ألمانيا وبريطانيا وأغلب استعمال الإنترنت يكون من البيت، هذا وقد وصل عدد المستخدمين الذين أعمارهم فوق ٣٥ عاماً إلى ١٢٠ مليون مستخدم مما دعى إلى تم إضافة نطاق.eu في عام ٢٠٠٢. وبسبب هذا الانتشار الواسع فإن مجلس الاتصالات اعتنى بتشريع ما يعتبر قانوني وغير قانوني في محتويات الإنترنت. هذا التطور الملحوظ ظهر أيضاً في مجال الموبايلات فنسبة مستخدمي هذه الخدمة يصل إلى ٦٣ من كل ١٠٠.

التجارة وثقافة صناعة الأفلام

انتعشت صناعة الأفلام الأوروبية في نهاية التسعينات وبداية القرن الواحد والعشرين بالرغم من المنافسة الشديدة من هوليوود، فبالرغم من أنّ الأفلام العشرة الأولى في أوروبا عام ٢٠٠١ كانت أمريكية إلا إنّ مجمل الأفلام الأمريكية في أوروبا لم يتعدى ثلثي مجموع الأفلام فيها. وتعتبر فرنسا الدولة الأولى في أوروبا في مجال صناعة الأفلام مما حفز صناعة الأفلام في باقي الدول الأوربية حسب ما يعتقد وترمان وجاياكر، بالرغم من أنّ الأوربيين لا يشاهدون أفلام بعضهم البعض.

يعتقد الخبراء أنّ صناعة الأفلام في أوروبا تعترضها بعض العقبات مثل: عملية توزيع الأفلام في هوليوود والمنافسة الأمريكية، وضعف آلية التوزيع في أوروبا، وعقبة اللغة والثقافة الأوروبية. لذا في عام ٢٠٠١ منحت المفوضية الأوروبية ومجموعة البنك الأوروبي للاستثمار صناع الأفلام مساعدات بقيمة بليون يورو.

إنّ صناعة الأفلام انحدرت في أوروبا من بداية الخمسينات مع بداية ظهور التلفزيون في أوروبا، لكنه عاد للنشاط بنسبة ٪٨٠ في الفترة بين ١٩٩٠ – ١٩٩٨.

حقق الفيلم الإيطالي نجاحاً ملحوظاً في فترة الستينات والسبعينات في أمريكا والخارج، فعلى سبيل المثال حاز فيلم الحياة جميلة على عدة جوائز وتم تقييمه على أنه من أكثر الأفلام الأجنبية حضوراً في أمريكا،

في دراسة أعدها وترمان وجاياكر تبين أنّ معدل إنفاق الأفراد في أمريكا وإيطاليا على اشتراكات المحطات وشراء الأفلام واستئجارها مرتبط بتطور وسائل الإعلام في البلد والقوة الاقتصادية وهي عناصر تفتقر إليها ايطاليا.

أخطار تواجه الصحافة الأوروبية

أصبحت أوروبا منطقة خطرة ومميتة للصحفيين خصوصاً في فترة التسعينات حتى بداية القرن الواحد والعشرين، حيث شهدت المنطقة جرائم قتل بحق الصحافيين أشهرها مقتل الصحفية فيرونيكا جورين عندما أعدت تقريراً عن الجريمة المنظمة في ايرلندا والتي نشرته في أكثر الصحف مبيعاً صحيفة Sunday Independent، وكذلك الأمر لمارتن أوهاجن الصحفي لدى صحيفة Dublin's Sunday World الذي قتل خارج منزله وتبنت جماعة معارضة مسلحة العملية. أما اسبانيا فهي ليست أفضل حالاً من ايرلندا فقد تعرض العديد من الصحافيين للقتل مما أثار استياء المفوضية الأوروبية ومنظمات أخرى. وفي إيطاليا تعرض الصحافيين للضرب من قبل الشرطة والمتظاهرين في قمة الدول الثمانية. وهذه الأخطار بالنسبة للصحافيين الأوروبيين لم تنحصر في أوروبا فقط بل في الخارج أيضاً. لذا نشأت منظمات أوروبية متخصصة في حماية الصحافيين كصحافيين بلا حدود التي مقرها فرنسا.

نواحي تاريخية

على مر التاريخ في أوروبا يعتبر تاريخ الاتصالات سمة واضحة في عالم الاختراعات والتصاميم. فأوروبا تتميز بتقدمها في مجال وسائل الاتصالات العامة، كالكتب على سبيل المثال والتي تزايد الطلب عليها لتطور الطباعة

وتوفر الورق مما زاد في مبيعاتها بشكل مرتفع لكن هذا الطلب كان محصوراً في فئة معينة ممن يستطيع الشراء لإرتفاع تكلفة الكتب في بدايتها لكن مع اختراع طرق الطباعة الجديدة أصبح الكل يستطيع القراءة.

ساعد اختراع شبكات التلفون في ربط البورصة في لندن بنظيرتها في باريس، فجيرمان جوهان فيليب بنى أول جهاز تلفون في عام ١٨٦١ بالرغم من أنّ الفضل في اختراع التلفون عادة ما ينسب إلى جراهام بيل. بينما يرجع الفضل في اختراع أول راديو لاسلكي إلى الإيطالي جوجليلمو ماركوني في عام ١٩٨٤. بينما في عام ١٨٣٥ قام جيرمانز رويتر وبيرناند رولف بتأسيس أول مؤسسة إخبارية. أما ظهور الراديو في أوروبا فكان في بداية ١٩٢٠ حين كانت قنوات الراديو تدار من قبل الحكومات وتعتبر أداة إخبارية وتعليمية في نفس الوقت. وكذلك الأمر كان بالنسبة للتلفاز في فترة الخمسينات.

الإتحاد الأوروبي ووسائل الإعلام

يعتبر الإتحاد والتعاون الأوروبي والذي بدأ في عام ١٩٥٠ بمبادرة فرنسية إلى انضمام العديد من الدول بشكل سريع إلى خلق نوع من الصعوبات في إقرار تشريعات خاصة بوسائل الإعلام في ما يخص المحتوى المنشور والثقافة لأن التركيز كان متجهاً فقط لدعم وسائل الإعلام مادياً، مما أثر في ميزان القوى والتطور لدول الإتحاد الأوروبي وشعوبها.

يعتقد ميشيلز بأن التطور في وسائل الاتصالات في الإتحاد الأوروبي جاء على ثلاث مراحل:

- قضايا تكنولوجية وسياسات صناعية.
- خلق فرص في السوق المحلي.
- تصميم مبادرات لدعم وسائل الإعلام.

تنبهـت المفوضية الاقتصاديـة الأوروبية إلى أنّ أهمية الاسـتثمار في وسـائل الإعـلام يسـاوي أهمية الاسـتثمار فـي السـكك الحديديـة والكهربـاء. فكانت الخطة الأوروبية عام ٢٠٠٥ لإدخال القطاع العام والخاص في الدول الأعضاء لتشـكيل مجتمع أوروبـي متداخـل للمعلومـات حتى تجعـل من أوروبا سـوقاً منافسـاً في مجال المعلومـات. فالخطة الأوروبيـة في عـام ٢٠٠٢ ركزت على تمديد شـبكات الإنترنت عبر أوروبا بينما خطة عـام ٢٠٠٥ كانت لترجمة خطة ٢٠٠٢ إلى عملية إنتاجية اقتصادية عالية وتحسين مستوى المعيشة.

إنّ اتفاقية عـام ٢٠٠٢ بين أوروبـا والصين لتبـادل التكنولوجيـا المعلوماتية، منحت الصين الفرصة لاستخدام شبكة أوروبا عالية السرعة لتبادل المعلومات. بينما تم تجاهل التجمـع الإعلامي في أوروبـا من قبل الإتحـاد الأوروبي الذي بدوره ركز فقط على إيجاد التشريعات المناسبة للنشر.

إنّ توحيـد العملـة في أوروبـا كان مـن المتوقع أن يسـاعد السـوق الأوروبي والمعلنين أيضاً لكن روبرتسـون يعتقد أنّ الإعلانات فـي التلفزيون في بريطانيا وإسـبانيا وإيطاليـا والبرتغـال سـتكون أعلـى مـن بلجيـكا والنمسـا لأن تكلفة الإعـلان فيها أقل. بعـد ذلك قامـت دول الإتحـاد الأوروبي بمنـع الإعلان عن السجائر في جميع وسائل الإعلان عام ٢٠٠١. وقام الإتحاد الأوروبي بتأسيس محطة إذاعية باللغـة الدارية والباشـتون التي تبث إرسـالها لأفغانسـتان من قبل ٢٠ صحفـي أفغاني. لا يخفـى أنّ الهوية الأوروبيـة ما زالت تحـاول أن تفرض نفسها على وسـائل الإعلام الأوروبية، لذلك اعتبر سـيبريان أنّ نشر التفاهم بين الأوروبيون والمهاجرين الأجانب هي مسؤولية وسائل الإعلام.

❖❖❖❖

ملفات تعريفية بوسائل الإعلام الوطنية

يتعرض هذا القسم إلى توضيح الظواهر التالية في دول الإتحاد الأوروبي:

- تناقص الاهتمام بالصحافة وتزايد الاهتمام بالمجلات بشكل عام.
- تزايد الاهتمام بالمجلات المتخصصة.
- الملكيات العامة والخاصة لوسائل النشر.
- الأعراف الخاصة بالحرية والصحافة.
- مستويات القيادة العالية في شمال أوروبا وتدني مستويات القيادة في جنوب أوروبا.
- تزايد استعمال الإنترنت والساتلايت وأجهزة البث الرقمية.

النمسا

هناك أكثر من ٣ مليون نسخة من الصحف توزع في النمسا فقط والتي عدد سكانها لا يتجاوز ٨ مليون. بل إنّ أكثر من مليون نسخة منهم توزع لصالح صحيفة واحدة فقط هي صحيفة Neue Kornen Zeiting.

إنّ التركيز على الملكية منذ الحرب العالمية الثانية ترك البلد بعدد قليل لكن مستقر من الصحف مع بداية القرن الواحد وعشرين. بالرغم من أنّ الصحف الإقليمية مستقرة مالية وعنصر قوي في سوق الإعلام، إلا أنّ النسخ الإقليمية من الصحيفة الرئيسية Neue Kornen Zeitin في النمسا لا زالت تعد منافساً قوياً. فهذه الصحيفة جلبت الانتباه عن طريق قصص مثيرة تثير الخوف من أنّ فيينا بدأت تمتلئ بلاجئين غير مرغوب فيهم ومحررين صحفيين معادين للسامية ومقالات تقلل من أهمية الهولوكوست، مما جعلها مما يجب قراءته من قبل المركز الأوروبي لمناهضة العنصرية.

منذ عام ١٩٧٥ بدأت الحكومة منح الصحف اليومية بحصصهم من الدعم حسب طلبهم، كما شددت في قانون النقابة في عام ١٩٩٣ حين وضعت ضوابط إجبارية على الصحف التي تريد الاندماج مع اعتبار حال وسائل الإعلام، حيث يجب عليهم عرض قضاياهم على النقابة التي لها الحق بالرفض أو القبول.

لا تواجه مؤسسة الإذاعة النمساوية أي منافسة في مجال التلفاز لقلة شبكات التلفزة الخاصة. كما أنّ هناك مؤسسات حكومية تسيطر على قطاع الإعلام التي تسيطر على توزيع المخصصات والتراخيص والعضويات والإنتاج السينمائي. فمؤسسة النشر النمساوية وحدها تدير شبكتان للتلفزة وأربع محطات إذاعية.

من الملاحظ أنّ أغلب الصحافيين في النمسا ليس عندهم أي درجة علمية في الصحافة، بل في غالب درجاتهم الأكاديمية في تخصصات أخرى لعدم وجود تخصص الصحافة في الجامعات النمساوية، وإن كانت توفر تخصصات في مجال الاتصالات. لذلك يخضع الصحافيون النمساويون لدورات تدريبية في المجال الصحافي.

بلجيكا

تعتبر بلجيكا من أكثر الدول استخداماً للتلفاز ومحطات الكيبل، حيث يوجد في منازل ٩٥٪ من الشعب تلفاز ومحطات الكيبل. لكن بالرغم من ذلك فإن اشتراكات الصحف تعتبر متدنية لتصل إلى نسبة ٣٥٪ فقط من الشعب، ولا تزال هذه النسبة في تدني ملحوظ منذ بداية الستينات. يوجد في النمسا ٢٦ صحيفة، ١٠ صحف منها هي صحف مستقلة. وتحتل الصحف الصادرة باللغة الفليمشية الصدارة باحتلال ٦٥٪ من نسبة مبيعات السوق بينما ٣٥٪ يذهب لمبيعات الصحف الصادرة باللغة الفرنسية.

أظهرت الاستطلاعات الأخيرة تدني نسبة القراءة عند فئة الشباب، لذا بدأت

الصحافة بالتركيز على مواضيع أكثر أهمية وحساسية لجذب الناس للقراءة. ويعتقد النقاد أنّ السياسات والقوانين النمساوية متحررة لكنها مبهمة وتتجاهل النسبة المتزايدة للتملك الخاص لوسائل الإعلام.

هناك ثلاث محطات تلفازية تخدم ثلاث فئات من المجتمع: محطة باللغة الفليمشية موجهة لشمال بلجيكا، ومحطة باللغة الفرنسية موجهة لجنوب بلجيكا، ومحطة باللغة الألمانية. وتملك الدولة خمسة محطات إذاعية بهذه اللغات الثلاث، بالإضافة إلى العديد من محطات التلفزة والإذاعة الخاصة. ومع كل ذلك فإن التلفزيون البلجيكي خسر العديد من مشاهديه الناطقين باللغة الفرنسة لحساب المحطات الفرنسية، وخسر أيضاً مشاهدينه الناطقين باللغة الألمانية لحساب محطات تلفزة هولندية. ويعتبر الاستخدام الشخصي للكمبيوتر والإنترنت متدنياً بالمقارنة مع باقي دول أوروبا.

الدانمارك

تهتم منظمات وسائل الإعلام الدانماركية بالمحافظة والاستمرار بإنتاج مواد إعلامية عالية الجودة وتعتبر ذلك من الأولويات المهمة في سياساتها التي تقوم على العمل والإنتاج دون الحاجة لأي وجود تملك أجنبي لوسائل الإعلام. لكن هذا كله لم يستطع منع تدني نسبة قراءة الصحف بالرغم من وجود ٣٥ صحيفة بشكل عام.

تعتبر الصحف عادة مرتبطة بالأحزاب السياسية وبلغت ذروتها في فترة الحرب العالمية الثانية، لكن تدنى الإقبال عليها بشكل ملحوظ من بعد تلك الفترة، فقد كان عدد الصحف يصل إلى ١٥٥ صحيفة في بداية العشرينات، ثم اختفى ربع هذه الصحف مع بداية الخمسينات واختفى التأثير السياسي مما ترك الصحف مستقلة. إلا أنّ تدني عدد الصحف لم يمنع من تزايد عدد النسخ المباعة مما جعل السوق منافساً مع ظل وجود المخصصات الحكومية غير

المباشرة للصحف مثل الإعفاءات الضريبية وما إلى ذلك.

هناك تخصصات صحفية تدرس في الجامعات الدنماركية بالخصوص في جامعة اراهوس. ويعتبر راديو الدانمارك النسخة الدانماركية لقناة ال BBC البريطانية، حيث يعلب دوراً فعالاً في الإذاعة والتلفاز، لكنه مع كل ذلك عانى من بعض الصعوبات بسبب منافسة القنوات الأخرى مما دفع راديو الدانمارك إلى تأسيس قناة فضائية خاصة.

تحتل نسبة المشاهدة للمحطات الأجنبية أقل من ١٥٪ من مجمل المشاهدين مما يجعل المحطات الدانماركية ناجحة وقد قسم بوندبيرج تطور التلفزيون الدانماركي إلى ثلاث مراحل هم:

- مرحلة التركيز على المعلومات والتعليم (١٩٥١ – ١٩٦٤)
- مرحلة تقديم الخدمات العامة للجمهور (١٩٦٤ – ١٩٨٠)
- مرحلة التنوع الثقافي والحضاري ذات الصيغة التجارية والخاصة التي بدأت منذ عام ١٩٨٠

فنلندا

تحتل فنلندا المرتبة الثالثة في أوروبا بالنسبة لعدد القراء بالرغم من وجود لغتين في البلد: الفنلندية والسويدية. تعتبر نسبة التطور والنمو محدودة جداً بالرغم من استقرار سوق الصحف في فنلندا. يبلغ عدد الصحف اليومية ٢٦ وهو الأكثر في الدول الإسكندنافية، وأكثر هذه الصحف انتشاراً هي صحيفة Helsengin Sanomat بمبيعات تصل إلى نصف مليون نسخة. كما أنّ هناك أكثر من ٢٧٥٠ مجلة ودورية نشرت في التسعينات من هذا القرن، حيث احتلت مجلات المستهلك حصة الأسد من السوق. هذا فإن حرية الصحافة متوفرة في فنلندا وتوفر جامعة تامبير تخصص العلاقات العامة أيضاً.

تملك الحكومة شـركة البث الفنلندية فسـيطرت بذلك على بـث التلفاز حين بدأ البث في عـام ١٩٥٥. أما بداية البـث الإذاعي فكانت في عـام ١٩٢٣ وأول محطة إذاعية تجارية كانت في عام ١٩٩٧. تم إجراء تغييرات جذرية على البث في عام ١٩٩٣ ممـا أدى إلى ظهور تنافس ملحوظ بين مؤسسـة البث الحكومية والأخرى الخاصة.

يعتبـر ظهـور نوكيا في عـام ١٩٦٧ مـن أكثر قصـص فنلنـدا نجاحاً فـي عالم الاتصالات حيث ولدت هذه الشـركة بعد اندماج شـركة لتصنيع الورق وشركة لصنع الكيبلات والتوصيلات وشركة لصناعة المطاط، وقد بلغت مبيعات نوكيا في عام ٢٠٠١ ما يعادل ١٥ ,٢٨ بليون دولار في ١٣٠ دولة.

فرنسا

تعتبر فرنسـا من أضعف الأسـواق للصحف في غرب أوروبا وفيها أقل نسـبة قراء فتسـعة من كل عشـرة بالغين لا يقرأون صحيفة وطنية، ونصـف هذا العدد يقرأون صحيفة محلية. فخمس ملايين هو مجموع قراء الثلاث صحف الكبرى في فرنسا لكن هذا الرقم لا يزال ضعيفا مقارنة بسائر أوروبا.

تعتبر صحيفة Le Monde وصحيفة Le Figaro and Liberation من أشـهر وأكثر الصحف مبيعاً في فرنسـا. هـذا ولا يخفى أنه قبل الحـرب العالمية الثانية كانت الصحـف تتبـع حزباً سياسـياً أو تنشـر أفكار ومعتقـدات معينـة بينما ترى ذلك قد تغير تمامـاً في وقتنا الحالـي. ومن قصص النجاح القليلـة في الصحافة الفرنسـية هي ظهور صحيفة مجانية تملكها شـركة سـويدية ونرويجية تستهدف راكبي القطـارات مما جعل المجمل العـام لقراء المجـلات والصحف ٧٠٪ من راكبي القطارات.

لا يـزال مصيـر مجـال البـث الإذاعـي والتلفزيوني فـي بدايـة القـرن الواحد والعشـرين غامضاً مقارنة مع صناعة الصحافة. ففي عـام ٢٠٠٠ كان المواطنين

الفرنسيين يقضون ٣ ساعات وعشرين دقيقة لمشاهدة التلفاز بينما يقضون فقط ٢٠ دقيقة لقراءة الصحف أو المجلات.

كان ظهور المحطات التلفزيونية التجارية في عام ١٩٨٢ حين تمكن خلال ١٠ سنوات من رفع عدد القنوات من ٣ إلى ٣٠ قناة. لكن في عام ٢٠٠٢ أصدرت أكبر ثلاث محطات تلفزيونية تجارية إنذاراً يهدد بتدني الأرباح بنسبة ١٠٪ عن السنة السابقة، خصوصاً بعدما عانت شركات الاتصال من فقدان ثقة المستثمرين. حيث كان عام ٢٠٠١ عاماً حافلاً خصوصاً بعد إصدار النسخة الفرنسية للبرنامج الأمريكي Big Brother الذي جذب أعداد هائلة من المشاهدين، وكذلك الأمر كان بعد إصدار النسخة الفرنسية لبرنامج Survivor. كما قامت شركة Vivendi بتملك ما قيمته ٣٧٢ مليون دولار من موقع .MP٣ COM ثم تبعه توقيع اتفاقية مع شركة سوني لإصدار موقع على الإنترنت منافس لموقع NAPSTER المشهور.

أما شبكات التلفزة الرقمية الأرضية فقد بدأت في الحقيقة في عام ١٩٩٦، مما دعى الرئيس الفرنسي جاك شيراك في عام ٢٠٠٢ إلى إنشاء محطة أخبار عالمية ناطقة بالفرنسية منافسة لمحطات الأخبار الأخرى مثل BBC and CNN. فنسبة مشاهدة المحطات الفضائية ومحطات الكيبل لا تتعدى ١٠٪ من إجمالي المشاهدين في فرنسا. وتعتبر محطة CANAL الفرنسية أقدم محطة تلفزيونية مستقلة حيث تأسست في عام ١٩٨٤ وهي عبارة عن عدة محطات تلفزيونية. فقد وصل عدد الاشتراكات في هذه المحطة في عام ١٩٩٩ إلى ٨٠٠ ألف مشترك وبحلول عام ٢٠٠١ وصل عدد المشتركين إلى ٨ مليون مشترك. هذا ويوجد في فرنسا هيئة لتنظيم البث الإذاعي والتلفزيوني تشابه الهيئة الحكومية للاتصالات في أمريكا. ومن مهام هذه الهيئة تنظيم نسبة البث للبرامج الفرنسية حيث تعطى نسبة ٥٠٪ للبرامج المنتجة في فرنسا ولها الحق في فرض عقوبات على الشبكات المخالفة لقوانينها.

أما شبكات الإذاعة في فرنسا فهي مشهورة، فهناك ٥ محطات حكومية و٣٠ محطة تجارية و٣٥٠ محطة تدار من قبل منظمات تطوعية. كما قامت الحكومة الفرنسية بإصدار قانون في عام ١٩٩٤ لحماية الثقافة الفرنسية حيث اشترطت أن تكون نسبة الأغاني المبثوثة في المحطات باللغة الفرنسية.

لقد كان للنشر الصحفي عن فساد أعضاء في الحكومة الفرنسية في التسعينات أثراً بالغاً وصدمة للسياسيين والإخباريين في نفس الوقت، مما أدى إلى عدة حالات انتحار بين صفوف السياسيين من بينهم بيير بيريجوفي رئيس الوزراء السابق. ولعل من أول الفضائح المنشورة في هذا السياق عندما نشرت معلومات تثبت تورط ولتدخل الحكومة الفرنسية المباشر في تفجيرات سفينة السلام الأخضر في نيوزلاندا في عام ١٩٨٥ حيث كانت هذه السفينة تابعة لمنظمة السلام الأخضر المعارضة للتجارب النووية الفرنسية في المحيط الجنوبي. بالإضافة لكل ذلك فإن النقاد انتقدوا الحكومة لتملكها أربع محطات تلفزيونية من أصل سبعة مما يزيد في صعوبة إجراء تحقيقات صحفية في فرنسا.

ألمانيا

كما هو الحال في باقي أوروبا فإن سوق الصحف متدهور في ألمانيا منذ بداية التسعينات بالرغم من استقرار حال بعض الصحف. تملك مجموعة اكسل سبرينغر حصة الأسد في سوق الصحف بنسبة تصل إلى ٢٤٪. كما يوجد ٨٠٠ مجلة توزع ما يقارب ١٢٧ مليون نسخة في أنحاء البلاد. وتقوم الولايات في ألمانيا على تنظيم البث الداخلي بينما تقوم DLF وDW بالعناية بالبث للخارج موجهة برامجها إلى الجمهور غير الناطق باللغة الألمانية، كما يوجد أيضاً ٣ - ٥ محطات إذاعية.

بدأ الاهتمام بالبث التلفزيوني التجاري منذ بداية الثمانينات، خصوصاً أنّ التلفزيون التجاري الألماني سيطرت عليه مؤسستان عملاقتان هما

Kirchmedia وBertelsmann. إنّ انهيار Kirchmedia في عام ٢٠٠٢ كان له صدى واسع في أوروبا بالرغم أنّ تأثيره على المدى البعيد لم يكن واضحاً، خصوصاً أنّ هذه المؤسسة يصل عمرها إلى خمس عقود من الزمن وتملك حقوق البث المباشر للعديد من الأحداث المهمة كبطولة الدوري الألماني وسباقات السيارات والفورميلا ون وغيرها. على أثر ذلك بحث رئيس وزراء ايطاليا سيلفيو بيرلسكوني وروبرت مردخ شراء المؤسسة بعد إفلاسها، بحيث لو تمت هذه الصفقة ونجحوا في إعادة هذه المؤسسة العملاقة فإنهم سيكونون أول عملاق غير ألماني يلعب دور فعال في السوق الألماني.

أما بالنسبة لعملاق السوق الإعلام الأماني Bertelsmann فقد كانت بداياته في عام ١٨٣٥ حين بدأ بنشر الترانيم المسيحية ثم توسع لنشر الصحف والكتب والتسجيلات المضغوطة ثم توسع إلى السوق الأمريكي، ثم استمر في التوسع حتى وصلت نسبة حجم أعماله في خارج ألمانيا ٧٠٪ حيث يعمل لديه ٨٢٠٠٠ موظف في أكثر من ٥٦ دولة وأرباحه السنوية تقدر ب ١٨ بليون دولار.

اليونان

عاني سوق الصحف في اليونان من تدني ملحوظ من بدايات القرن الواحد والعشرين حيث تحتل الصحف السياسية النسبة الكبيرة من مجموع الصحف بالرغم من التنوع الموضوعي لهذه الصحف. أما بالنسبة للمجلات فتحتل المجلات المتخصصة نسبة مبيعات أكثر من المجلات العامة، ففي منتصف التسعينات تضاعفت أعداد المجلات إلى ٨٠٠ مجلة بالرغم من تناقص مبيعاتها.

ساعد تخفيف وطأة القوانين على زيادة نسبة الملكية الخاصة والعامة لوسائل الإعلام في بداية الثمانينات، مما أدى إلى تناقص التغطيات الإخبارية الحكومية والأجنبية والتحقيقات الصحفية من جهة وتزايد التغطيات الإخبارية عن الجرائم والشرطة من جهة أخرى. مما جعل وسائل الإعلام اليونانية تتعرض

إلى انتقادات هائلة بعد محاولتها زيادة أعداد المشاهدين عن طريق نشر أخبار وقصص عن زيادة نسبة الجرائم خصوصاً التي يسببها المهاجرون الأجانب.

تم إنشاء أول محطتين تلفزيونيتين خاصتين في اليونان في عام ١٩٨٩ - وهما محطة أنتينا وأوميجا - بهدف منافسة القنوات الحكومية. بحلول عام ٢٠٠٢ كان هناك ما يقارب ١٦٠ قناة تلفزيونية خاصة في البلد. بالإضافة إلى العديد من محطات الإذاعة غير المرخصة والتي سببت فوضى على البث الأثيري مع وجود ٤ محطات حكومية، ومحطة عالمية و١٩ محطة إقليمية و١٦٠٠ محطة خاصة. بالرغم من أن القانون نظم سير عمل المحطات إلا أن تدني الأجور مازال مشكلة قائمة، لذا في عام ٢٠٠٢ اتفق الصحافيون وأصحاب شبكات الأخبار على زيادة الرواتب وتقليل أيام العمل من ٦ أيام إلى ٥ أيام.

في عام ٢٠٠٢ حاولت الهيئة الوطنية للتلفاز والراديو منع بث برنامج Big Brother وبرنامج واقعي آخر لمخالفته قوانين العامة لما يحويه من مشاهد مخلة، بالرغم أنّ ما فيه لا يعتبر شيء مقارنةً مع ما يعرض من برامج خلاعية ومشاهد تعري في المحطات التلفزيونية الأخرى.

أيسلندا

تعتبر صحيفة Morgunbladid التابعة للحزب المستقل أشهر صحيفة والأكثر مبيعا واحتراما في البلاد، وذلك لاعتدالها وموضوعيتها في نقل الأخبار. وتعتبر أيسلندا من الدول المتصدرة في مجال الصحافة وقراءة الكتب. فالأدب الأيسلندي غني فمن أيسلندا خرج صاحب جائزة نوبل للأدب Halldor Laxness في عام ١٩٥٥.

يوجد في أيسلندا ٣ صحف محلية، وعدد هائل من الصحف الشعبية وتسع محطات إقليمية تلفزيونية و٢٦ محطة إذاعية خاصة وعامة، وأكثر من ١٦٠٠ كتاب و١٠٠٠ دورية تطبع سنوياً.

بدأت هيئة خدمة البث الأيسلندية البث الإذاعي في عام ١٩٣٠ معتمدة على رسوم الترخيص وأرباح الإعلان فيها، بالرغم من أغلب ما تبثه ليست برامج منتجة في أيسلندا، ثم بدأت الهيئة البث التلفزيوني في عام ١٩٦٦ معتمدة على نفس الطريقة مادياً. أما التملك الخاص لمحطات التلفزة والراديو فقد بدأ في عام ١٩٨٥. لذلك فإن ٩٨٪ من الشعب الأيسلندي يملك أجهزة تلفزيون في منازلهم و٨٪ منهم يملكون أجهزة فيديو. كما يعتبر استخدام الإنترنت وأجهزة الموبايل في البلد من أعلى النسب في العالم.

بدأ الجدل السياسي في أيسلندا عندما بدأت المحطة الإذاعية الأمريكية في عام ١٩٥١ البث من قاعدة حلف الناتو القريبة من أيسلندا ثم ما لبث الجيش الأمريكي أن أسس محطة تلفزيونية حيث كانت إشارة المحطة الإذاعية والتلفزيونية تصل إلى السكان في الجنوب الغربي من أيسلندا. بسبب ذلك تم تسريع افتتاح البث التلفزيوني الأيسلندي عام ١٩٦٦ لمحاولة إبعاد الشعب عن الاستماع للمحطات الأمريكية. لكن بالرغم من كل ذلك فإن مشاهدة البرامج الأمريكية لا تزال مشهورة خصوصاً وسط الشباب وصغار السن.

إيرلندا

ساعدت النهضة الاقتصادية في التسعينات إلى بداية عام ٢٠٠١ إلى ازدهار وسائل الإعلام، خصوصاً الصحافة. لكن في نهاية عام ٢٠٠١ بدأت عائدات الإعلان التي تعتمد عليها وسائل الإعلام بالتراجع بنسبة ٥٪، مما أدى إلى تقليص عدد الموظفين في عام ٢٠٠٢.

يوجد في ايرلندا أربع صحف يومية، وصحيفتان مسائيتان وخمس صحف أسبوعية و٦٤ صحيفة شعبية وإقليمية. وتعتبر The Irish Times و The Irish Independent أشهر الصحف وأوسعها انتشاراً في ايرلندا بالإضافة إلى الصحف البريطانية التي تنتشر في البلاد. وتنشر الصحف المستقلة ٨٠٪ من

أخبار أيرلندا كما أنها تطبع في أستراليا ونيوزلندا وجنوب أفريقيا وبريطانيا، لكن لا يزال التملك الأجنبي للصحف في ايرلندا ضعيف.

أعطى قانون حرية المعلومات الصادر في عام ١٩٨٨ للصحافيين الحرية في البحث والكشف عن وثائق حكومية كانت سرية مما أدى إلى صراحة وشفافية في التعامل من قبل موظفي الحكومة. كما أنّ إلغاء قانون مقاطعة أفراد جيش جمهورية إيرلندا المتمرد منح الشعب فرصة التعرف تطورات عملية السلام في شمال ايرلندا. وتعتبر محطة RTE من أكثر المحطات المسيطرة على البث خصوصاً وأنها تملك ثلاث محطات وطنية للتلفزة وأربع محطات إذاعية.

إيطاليا

تعتبر صحيفة La Repubblica من أكثر الصحف انتشارا في ايطالياً حيث تأسست في روما عام ١٩٧٦ وتعتبر من صحف النخبة المتصدرة، وكذلك الأمر بالنسبة لصحيفة Il Corriere della Sera التي تأسست في ميلان عام ١٨٧٦. ويتركز توزيع الصحف في المناطق الوسطى والشمالية من إيطاليا.

تعاني المحطات التي تتطلب اشتراكات من منافسة قوية لوجود كم هائل من الصحف المجانية، مما اضطرها إلى الاندماج مع محطات أخرى إلا أنّ المشكلة لم تزل قائمة لإرتفاع التكاليف.

تعتبر محطةRAI التلفزيونية المحطة الحكومية الرائدة، ويملك رئيس الوزراء Silvio Berlusconi ٦ محطات وطنية ومحطة إقليمية، مما كان سبباً في انتقاده والخوف من سيطرة الحكومة على الإعلام بالإضافة لحصصه الكبيرة في أسهم الصحف الإيطالية التي تسوق له عند الانتخابات، مما جعل حصصه في التلفزيون الإيطالي تصل إلى ٩٠٪ وحصصه في السوق الإعلاني إلى ٦٥٪. دفع هذا التملك الحكومة المعارضة إلى انتقاد هذا التملك ووصفه بأنه غير ديموقراطي لاستغلاله سيطرته على وسائل الإعلام بما يخدم مصالحه

والإطاحة بكل من يحاول انتقاده، لدرجة أنّ منظمة الأمن والتعاون في أوروبا انتقدت بعض تصرفاته وفسرتها على أنها تهدف لخدمته سياسياً. نتيجة لهذه الضغوطات تبنت المنظمة تحت الإتحاد الأوروبية بعض الإجراءات اللازمة لمحاولة منع رئيس الوزراء الإيطالي من مخالفة مبادئ الإتحاد الأوروبي، حتى وصل الأمر بمنظمة صحافيون بلا حدود أن تقول بأنّ ايطاليا هي الدولة الوحيدة التي وسائل الإعلام الخاصة والعامة تسيطر عليها الحكومة. هذه الانتقادات دفعت رئيس الوزراء إلى تقديم اقتراح للحكومة بتشريع قوانين تضمن حرية التعبير والتفريق بين تملك محطة وإدارتها في محاولة للرد على معارضيه بأنه يملك فقط لكنه لا يدير هذه المحطات. على أثر ذلك تم إقرار القانون في عام ٢٠٠٢ لكن المعارضون لم يروا في القانون أي فائدة ترجى.

بالرغم من كل ذلك التملك الحكومي استمر راديو Poplare الذي تأسس في عام ١٩٧٦ مستقلاً بشكل تام وذلك لأن تمويله يأتي من خلال اشتراكات المستمعين التي تشكل ٥٠٪ من الإيرادات بينما النصف الأخر يأتي من الإعلانات.

لوكسمبورغ

تمتاز لوكسمبورغ بوجود صلة بين الصحافة المطبوعة والأحزاب السياسية واتحادات العمال. تعتبر صحيفة Luxemburger Wort المملوكة من قبل الكنيسة الكاثوليكية المرتبطة مع حزب المسيحي الاشتراكي من أكثر الصحف مبيعاً في البلاد لعدد يصل إلى ٨٠ ألف نسخة.

أما صحيفة Tageblatt التي تدار من قبل عدة نقابات اشتراكية ذات صلة بالحزب الاشتراكي فتصل مبيعاتها إلى ٢٦ ألف نسخة. أما اللغات المستخدمة في الصحافة فهي الفرنسية والبرتغالية والألمانية.

تسيطر الدولة على البث الإذاعي والتلفزيوني بالرغم من موجود محطات

إذاعية غير قانونية وبعض المحطات الخاصة. كما يعتبر راديو لوكسمبورغ التجاري الذي تأسس عام ١٩٣١ من قصص النجاح في البلد. وتعتبر مجموعة RTL المجموعة المسيطرة على الإنتاج والبث الإعلامي في البلاد، فهي تملك حصصاً في ٢٣ قناة تلفزيونية و١٧ محطة إذاعية في ١١ دولة أوروبية، بالرغم من أنّ الجزء الأكبر من المجموعة مملوك من قبل جهات من خارج البلاد.

هولندا

يوجد في هولندا ٨ صحف وطنية و٢٩ صحيفة إقليمية وتبلغ المبيعات الإجمالية للصحف ٧, ٤ مليون نسخة. حيث تبلغ فقط نسبة مبيعات صحيفة De Telegraaf – الأكثر مبيعاً – ٨٥٠ ألف نسخة.

كانت الصحف في هولندا إلى نهاية عصر الستينات مرتبطة إما بالكاثوليكية أو البروتستانتية أو الاشتراكية أو الليبرالية، مما جعلها أداة انشر أفكارهم ومعتقداتهم فقط. أما بالنسبة للراديو فلا تختلف بداياته عن الصحف بالنسبة للارتباطات السياسية. أما التلفزيون فقد بدأ البث في بداية الخمسينات وارتبط مع بعض الأحزاب، خصوصاً وإن الدعم المالي كان يأتيه من هذه الأحزاب بالإضافة إلى الضرائب على أجهزة التلفاز والراديو. في بداية الستينات بدأ ظهور المحطات المقرصنة من على السفن المبحرة خارج الحدود البحرية الهولندية حيث لاقت رواجاً بين الناس حينها، مما دفع البرلمان إلى إصدار قوانين تمنع بث مثل هذه المحطات إلا أن جاء عام ١٩٩١ حين سمحت الحكومة البث التجاري.

يقوم نظام البث الهولندي مالياً على رسوم الترخيص السنوية لاشتراكات التلفاز والراديو وعائدات الإعلانات. ومع بداية القرن الواحد وعشرين كان يوجد في هولندا ٣ محطات تلفزيونية و٥ محطات راديو، ومع بداية الثمانينات دخلت القنوات الفضائية وقنوات الكيبل التجارية المملوكة من قبل أجانب إلى

السوق الهولندي، ثم في عام ٢٠٠٢ بدأت ٧ محطات تلفزيونية ناطقة باللغة الهولندية العمل في هولندا.

يضمن الدستور الهولندي حرية الصحافة حيث لا يحتاج أحد إلى تصريح مسبق لنشر أي أفكار في الصحف. وتعتبر شركةEndemol للترفيه من أكثر الشركات نجاحاً في هولندا فهي صاحبة البرنامج الأكثر شهرة Big Brother والذي تم بيعه للعديد من الدول مثل بريطانيا وأمريكا وأوروبا وغيرهم.

النرويج

تحتل النرويج المصدرة في عدد القراء في العالم، كما تحتل مرتبة عالية في عدد الصحف مقارنة بعدد السكان، فهي تملك ٢٢٠ صحيفة لشعب عدده ٥ مليون نسمة. ٦٥٪ من هذه الصحف تطبع يومياً و١٥٪ تطبع خمس أيام في الأسبوع وتأخذ مبيعات خمس صحف إقليمية هناك الخمس من مجل مبيعات الصحف، أشهر هذه الصحف: صحيفة Aftenposten وBergen Tidende. كما أنّ هناك ثلاث مؤسسات إعلامية تسيطر على ٦٠٪ من مبيعات الصحف، بينما تراجعت مبيعات المجلات الأسبوعية.

تعتبرNRK الجهة الحكومية المسؤولة عن البث في النرويج ويأتي تمويلها بالغالب من خلال رسوم الاشتراك، فالاهتمام المحلي بالتلفزيون والراديو بدأ فعلياً في عام ١٩٨١ مع بداية تأسيس محطة إذاعية بأرباح متواضعة. في عام ٢٠٠٢ احتلت القناتان التلفزيونيتان NRK و٢-TV النسبة الأعلى من المشاهدين حين وصل مجموع مشاهدي هاتين القناتين ٩٥٪ من مجموع المشاهدين العام.

وتعتبر سنة ١٩٩٣ هي السنة التي انتهت فيها سيطرة راديو NRK على السوق بظهور أول محطة خاصة بالرغم من أنّ NRK تملك أربع محطات إذاعية.

صدر في عام ١٩٩٨ قانون يمنع التكتلات لكن حتى عام ٢٠٠٢ لم تظهر

أي آثار عمليـة لهذا القانون في ما يتعلق بتحديد نسـبة التملك الخاص لوسـائل الإعلام. أما بالنسبة لحجم إيرادات الإعلانات، فقد نافس البث التجاري بشكل قوي سوق الصحافة المطبوعة على عائدات الإعلانات.

من أكبر عمالقة التكتـلات الإعلامية Shibsted الذي انضـم إلى Sandrew التي تعتبـر من أكبر شـركات الإعلام في السـويد، فشـكلا بذلك تكتـلاً عملاقاً في مجال الفيديـو والإنتـاج والتوزيع. ثم يأتـي بعدهم انضمـام Shibsted إلى TeleDenemark حيث تمثل هذه الاندماجات في شركات الأفلام خطوة رائدة لإظهار الدول الإسكندنافية كدولة واحدة.

البرتغال

بالرغم من تدني نسـبة القراءة في البرتغال إلا أنّ البرتغال سجلت أعلى نسب توزيع فـي دول الإتحاد الأوروبي حسـب مـا يعتقـد Percent. ويعـود هذا إلا تدني نسـبة الأمية وانخفاض معدل مشـاهدة التلفـاز واسـتعمال التلفون وصغر حجم السوق.

تحتل صحيفة Journal De Noticias بمبيعات تصل إلى ١٠٦ ألف الصدارة بين الصحـف اليوميـة فـي البرتغـال ثـم تليهـا صحيفـة Correio Da Manha بمبيعات تصل إلى ٨٩ ألف نسـخة. أما بالنسبة للصحف الأسبوعية فالأولي في مبيعاتها هي صحيفـة Expresso، وفي المجلات تحتـل مجلة Maria الصدارة وهي مجلة متخصصة في أمور المرأة.

يعتبـر سـوق التلفزيون فـي البرتغـال غير مسـتقر ومتدهـور، فمـن تحقيقات في تجـاوزات مالية فـي التلفزيـون الحكومي في عـام ٢٠٠١ إلـى وقف الدعم عنه، جعل الحكومـة البرتغالية تعيد النظـر في جدوى وجـود تلفزيون حكومي خصوصـاً في ظـل وجـود القنـوات التلفزيونيـة الخاصـة، مثـل قنـاة SIC التي أصبحت عالمية تحت ظل اتفاقيـات أبرمتها مع دول أخـرى كالبرازيل. كما أنّ

أغلب وسائل الإعلام مملوكة من Protugal Telecom التي تملك الصحيفة الأكثر مبيعاً في البرتغال بالإضافة إلى استثماراتها في القنوات التي تحتاج إلى اشتراكات مسبقة ومواقع على الإنترنت.

فكل هذه الأسباب جعلت المنافسة منخفضة في البرتغال بالرغم من أنّ المنافسين لا زال لهم حيز في السوق البرتغالي.

أسبانيا

تعتبر الخصخصة والليبرالية من أهم العوامل التي ساعدت على تطور وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة في اسبانيا، فهناك أكثر من ١٠٠ صحفية موجودة في اسبانيا، تأتي في صدارتهم صحيفة El Pais بمعدل مبيعات ٤٥٠ ألف نسخة ثم تأتي بعدها صحيفة Marca وهي صحيفة رياضية متخصصة تصل مبيعاتها إلى ٤١٧ ألف نسخة، لكن مع كل هذا فإن فمبيعات الصحف ما زالت تعاني من التدني وظاهر التملك الخاص ما زالت منتشرة، فنسبة القراء في اسبانيا هي ١٢,٣ مليون قارئ من أصل ٤٠ مليون نسمة.

يوجد في اسبانيا ٣٥٠ مجلة خاصة تطبع في اسبانيا وتصل نسبة قرائها إلى ١٦,٨ مليون قارئ. أما بالنسبة لمحطات التلفاز والراديو فيتشارك القطاع الخاص والحكومة في ملكيتهما حيث تعتمد هذه المحطات في تمويلهما على عائدات الإعلانات والتي شهدت تدهوراً ملحوظاً في عام ٢٠٠١. تعتبر المباريات والأفلام من أكثر البرامج مشاهدة في التلفزيون الإسباني، حيث ساعد ظهور برنامج Big Brother على ارتفاع نسب المشاهدة للتلفاز، فهناك أكثر من ٢٥٪ من الشعب الإسباني يملك اشتراكات في المحطات الرقمية.

إنّ اندماج ثلاث شراكات عملاقة هي Prisa وTelefonica وSogecable مشكلاً أقوى تجمع ومزود لخدمة القنوات المدفوعة بأجر أثار الخوف لتشكيله تهديداً للتلفزيون الإسباني.

السويد

تعتبر السويد رائدة في مجال ضمان حرية الصحافة حيث بدأت تطبيق هذا القانون منذ عام ١٧٦٦. معظم الصحف اليومية الصباحية هي عن طريق الاشتراك ويتم توصيلها إلى المنازل، وأغلب الصحف السويدية ليس لها أي ارتباطات سياسية بأحزاب، حيث يبلغ عدد الصحف السويدية ١٦٠ صحيفة، منهم ٥٠ صحيفة أسبوعية، وتعتبر صحف Dagens Nyheter وote-borgs Posten وSydsvenska Dagbladet أكثر الصحف مبيعاً. أما الصحف المسائية فهي الوحيدة التي تعرضت لانخفاض المبيعات بشكل ملحوظ بالرغم من تعرض المجلات العامة أيضاً لهذا الانخفاض في مستوى المبيعات. وتشكل المخصصات الحكومية للصحافة ٣٪ من أرباح الصحف السويدية.

بدأ البث التلفزيوني في السويد عام ١٩٥٦ وانتشر بسرعة في البلاد، فمع نهاية عام ١٩٥٦ تم استلام ٨٩٠٠ اشتراك لمحطات تلفزيونية ثم تزايد الطلب حتى وصل إلى ٦٠٠ ألف اشتراك مع بداية عام ١٩٥٩. يدير تلفزيون SVT الممول من قبل الحكومة قناتان تلفزيونيتان، وقناة فضائية، وقناة إخبارية على مدار الساعة، بالإضافة إلى قناة ناطقة بالسويدية موجهة للشعب الفنلندي. تم تأسيس أول محطة خاصة في نهايات الثمانينات في حين بدأ الاهتمام بالتملك الخاص منذ التسعينات. ويعتبر النظام التعليمي والتدريبي في الجامعات السويدية في مجال الصحافة مكثفاً. لذا أعتبرت السويد الأولى في مجال تكنولوجيا المعلومات في عام ٢٠٠١، حيث أعطيت هذا التصنيف بناءً على ما تملكه الدولة من معلومات في مجال الحاسوب والإنترنت والبنية الاجتماعية. يأتي في الترتيب بعد السويد: النرويج ثم فنلندا ثم الولايات المتحدة ثم الدنمارك ثم بريطانيا ثم سويسرا ثم هولندا ثم ألمانيا ثم النمسا ثم بلجيكا ثم ايرلندا ثم فرنسا ثم ايطاليا ثم اسبانيا ثم البرتغال ثم اليونان.

سويسرا

تبث وسائل الإعلام السويسرية برامجها ومنتجاتها الإعلامية بثلاث لغات هي: اللغات الألمانية والفرنسية والإيطالية. وتعتبر الصحف الناطقة باللغة الألمانية هي الأكثر انتشاراً مثل صحيفة Blick وTags Anzeiger. لكن بالرغم من أنّ هناك أكثر من ٢٣٠ صحيفة في سويسرا إلا أنّ عائدات الإعلانات تدنت أرباحها بنسبة ٧٪ في عام ٢٠٠١.

أما في ما يتعلق في حرية الصحافة فهي محمية حسب الدستور، لكن لا تزال الجامعات لا تقدم تخصص الصحافة ومهاراتها بالرغم من توفير الجامعات تخصصات في مجال الاتصالات.

تقوم مؤسسة البث السويسري SBC، وهي مؤسسة غير ربحية تخدم الصالح العام، بإنتاج البرامج التلفزيونية والإذاعية حسب الدستور السويسري أي بأن تكون البرامج تعليمية ومسلية وإخبارية. لكن تواجه محطات البث سواء أكنت عامة أم خاصة مشكلة تعدد اللغات والثقافات مما يجعل نسب المشاهدين متدنية لصعوبة توجيه البرامج للجميع. كما أنّ نقص الولاء للمحطات السويسرية يعتبر من الأسباب التي جعلت الكثير يفضلون البرامج الأوروبية والأمريكية على السويسرية.

المملكة المتحدة: بريطانيا

يوجد في بريطانيا ما يقارب ١٣٠ صحيفة يومية و٢٠٠٠ صحيفة أسبوعية و٧٠٠٠ دورية. ومن أشهر الصحف البريطانية في بريطانيا والعالم The Times وThe Daily Telegraph وThe Gurdian. تعتمد الصحف البريطانية بشكل عام على الدعم المالي من الأحزاب السياسية. كما تعتمد بريطانيا الميثاق الأوروبي لحقوق الإنسان لذلك فحرية التعبير محمية حسب القانون.

في عام ١٩٩١ تم تأسيس هيئة الشكاوى ضد الصحف وذلك لحماية

الخصوصيات، وقد تعاملت الهيئة مع أكثر من ٣٠٠٠ شكوى في عام ٢٠٠١ أغلبها متعلقة بدقة المعلومات المنشورة.

يوجد في بريطانيا ثلاث مؤسسات تعمل على البث الإعلامي في التلفزيون والراديو هم:

- شركة البث البريطانية BBC: تدير المحطة قناتان تلفزيونيتان وعدد من قنوات الكيبل والرقمية بالإضافة إلى خمس قنوات إذاعية وطنية و٣٩ محطة إذاعية محلية. وتبث ب٣٨ لغة.
- هيئة التلفزيون المستقلة ITC وهي مسؤولة عن منح التراخيص لأي برنامج غير تابع لمحطة BBC.
- رقابة الإذاعة RA وهي مسؤولة عن منح التراخيص الإذاعية التي لا تخص محطة BBC.

يعتبر قطاع التلفزيون الأكثر شهرة في بريطانيا فأكثر من ٩٥٪ من الشعب البريطاني يملك على الأقل جهاز تلفزيون ملون في بيته.

في عام ٢٠٠٢ تم إصدار قانون يسمح التملك الخاص والأجنبي لوسائل الإعلام مما أثار النقد في بريطانيا، لكن القانون وضع بعض النقاط لحماية السوق من الاحتكار فمنع أصحاب أكبر الصحف التملك في أكبر المحطات التلفزيونية.

تحديات القرن الواحد والعشرين

تستمر وسائل الإعلام المطبوعة في مواجهة خطر تدني الأرباح، فهناك العديد من الصحف التي يتوقع لها الفشل في المستقبل. تساعد المخصصات والمساعدات الحكومية على التخلص من التدني الخطير في الموارد المالية لكن الأرباح لن تستطيع مع كل ذلك سد العجز المالي لديها. على أي حال،

فإن توصيل الأخبار والمعلومات سيستمر في التداول بطرق أكثر تفاعلية كالإنترنت والوسائل الرقمية مما يشكل تحدياً للصحافيين، والجمهور، وواضعي القوانين في الإتحاد الأوروبي والحكومات وشركات الإعلام. لكن بما أنّ الصحف عادة ما تنشر أخبارها على الإنترنت كنسخة إلكترونية، فإن على الصحافيين التدرب على مهارات جديدة لمواكبة هذا التطور، خصوصاً مع وجود أكثر من ٧٢٠ مليون مستخدم للإنترنت مما يعني مجالاً واسعاً في الإعلانات والأرباح.

من التحديات التي يواجهها البث الأوروبي الالتزامات المالية لتغطية تكاليف البنية التحتية، فقد بلغت خسارة محطات التلفزة الأوروبية ١,٥ بليون يورو في عام ٢٠٠٠، وهذه الخسارة كانت واضحة في البرتغال بينما نجحت النمسا وبلجيكا وفرنسا وألمانيا واليونان في تحقيق بعض الأرباح حسب تقديرات هيئة مراقبة البث التلفزيوني والإذاعي.

إن الاستثمارات التي وضعتها الشركات في مجال الإعلام الرقمي أدى لخسائر فادحة مما شكل أرقاً لوسائل الإعلام الأوروبية، بالرغم من أنّ وسائل الإعلام التي تعتمد على أرباح الإعلانات استطاعت تجاوز الأعباء المالية.

كما أنّ فكرة الهوية الواحدة في أوروبا لا زالت تعاني من بعض الصعوبات باعتبار تعدد اللغات والثقافات ووجود الكثير من المهاجرين الأجانب في أوروبا. فمن أجل تكوين هذه الهوية الموحدة فإن ذلك يعني التضحية بالعديد من الثقافات واللغات الموجودة في أوروبا. لذلك يمكن القول فإن فكرة السياسة الموحدة تختلف تماماً عن فكرة تطبيق الثقافة أو الحضارة الواحدة.

❖❖❖❖

أوروبا الشرقية والدول المستقلة حديثاً في آسيا وأوروبا وروسيا

كان التطور الإعلامي في أوروبا الشرقية والدول المستقلة حديثاً في أوروبا واسيا وروسيا في الفترة الانتقالية بعد الشيوعية متفاوتاً وذلك حسب تقرير منظمة حقوق الإنسان في عام ٢٠٠٢ الذي أفاد بأنّ احترام الحريات الإعلامية إتخذ مساراً مضطرباً صعوداً وهبوطاً في تلك الفترة.

كما أنّ بقايا الشيوعية لم تزل تشكل خطراً على الصحفيين الذين عملوا على الإصلاح وهددت حياتهم واستقلالهم لأنهم كانوا يعملون دون وجود أي دعم مالي كافي مما جعلهم عرضة للرشوة والابتزاز وغير ذلك.

في حين كان هناك في تلك المنطقة بعض الدول التي رضخت إلى الاستبداد، كان هناك دول أخرى خاضت الكثير من الصعوبات القانونية والاقتصادية والسياسية حتى تصل إلى حرية التعبير الإعلامي. فالوكالات الإعلامية في شرق أوروبا أصبحت تعتبر حرة تماماً وفق ما أفادت به تقارير منظمة حقوق الإنسان وبيت الحرية. إلا أنّ الحكومات لا زالت تسعى بشكل جاد ومتزايد لفرض قيود قانونية على ممارسة تلك الحريات.

تتأرجح وسائل الإعلام في روسيا بين المصلحة العامة والتدهور السياسي حيث تقع معظم وسائل الإعلام في المنطقة بشكل عام تحت التهديد السياسي والاقتصادي والفساد، لذا يتساءل المحللون عن الطريقة والكيفية المناسبة للخروج من طرق التفكير القديمة من أجل بناء علاقات سليمة وشفافة بين وسائل الإعلام والحكومات.

إقترن وصول الاستثمارات الأوروبية والأمريكية إلى المنطقة بعملية صنع الأخبار المثيرة التي تخص الصحافة والإعلام. حيث شهدت الصحافة بشكل عام انخفاضاً حاداً في التداول في بداية التسعينات بسبب الأزمة الاقتصادية

وبسبب انعدام ثقة الناس بالبنية التحتية لوسائل الإعلام المطبوعة من مرافق ومعدات وأنظمة توزيع والتي لا تزال غير كافية.

أقرت بعض دول المنطقة قوانين تتفق مع المعايير الغربية لكنّ الغموض في بعض تلك القوانين أعطى المحاكم حرية التصرف مما كان له أثر سلبي في مناهضة التقارير المقدمة بنوايا حسنة من قبل المسؤولين المنتخبين والمعينين.

ويتساءل أولئك الذين يبحثون عن التغيير السريع إن كان هناك حقيقة نموذج واقعي موحد للإصلاحات وتطوير وسائل الإعلام.

تطور وسائل الإعلام في شرق أوروبا:

يعتبر تطور الإعلام والتلفاز والراديو في دول شرق أوروبا المفتاح الحقيقي للوصول إلى المجتمع المدني في تلك الدول التي يجمعها تاريخ أرستقراطي استعماري متسلط يقف في وجه الديمقراطية.

في أواخر الثمانينات وبداية التسعينات وقبل بداية مرحلة الإصلاحات السياسية، هيمنت الرقابة الذاتية على وسائل الإعلام لكن خوف الناس من الأفكار الديمقراطية جعل من الصعب عليهم تقبل التغيير. لكن على الرغم من ذلك كان هناك تقدم كبير في معظم دول أوروبا الشرقية حيث أعطت البرلمانات حرية أكبر للصحافة الحكومية والخاصة. إلا أنّ الدعوة إلى التحزب والتسييس كانت الأغلب بين الصحفيين لأن أغلبهم كانوا من السياسيين.

تم تسخير وسائل الإعلام سواء أكانت صحافة أو تلفاز أو راديو لخدمة الحزب الماركسي الليبيني فقط خلال الحقبة الشيوعية التي بدأت بعد الحرب العالمية الثانية، إلا إنّ هذا التحكم بالإعلام اختفى في عام ١٩٨٩ كما اختفى معه كل من كان يدعو إلى خدمة حزب سياسي واحد.

تحدى تطور الإعلام في التسعينات عملية احتكار الطبقات السياسية الغنية للصحافة وتمثيل الأحزاب السياسية والذي كان من أجل خدمة بعض الأهداف

السياسية. وفي منتصف التسعينات انخفضت أعداد الصحف المنشورة وذلك لتوقف بعض هذه الصحف عن العمل بالرغم من ظهور صحف جديدة.

يوغوسلافيا السابقة ودول البلقان:

كان الإعلام في الجمهورية اليوغسلافية الشعبية يعمل حسب التكليف السياسي، وقد بدأ التنوع الإعلامي في الصحافة خلال فترة الثمانينات مما خدم القراء والجمهور أكثر من أي دولة أخرى في أوروبا حينذاك.

كما كان يوجد هناك تحكم سياسي قوي يمارس على الإعلام بشكل غير مباشر من الشيوعية في الجمهوريات اليوغسلافية الستة: البوسنة والهرسك ومقدونيا وكرواتيا ومونتينيغرو وصربيا وسلوفاكيا. حيث تعتبر المقاطعات المتمتعة بالحكم الذاتي داخل صربيا هي كوسوفو وفويفودينا. سمح القانون الاتحادي في عام ١٩٨٩ بالتملك الخاص لوسائل الإعلام، فقامت على أثر هذا القانون ٩ قنوات تلفزيونية و٢٠٢ محطة إذاعية و٢٧ صحيفة يومية تطبع ثلاثة أرباعها باللغة الكرواتية والصربية. كما ازدهر سوق الكتب في يوغسلافيا وانتشر بدون قيود صارمة على العكس من معظم الدول في تلك الحقبة.

كان الإعلام الصربي في فترة حكم سلوفودان ميلوسوفتش مسخر لخدمة السياسة بشكل كبير حتى أنّ وكالة الأنباء كانت تعج بالموظفين الحكوميين الذين يعملون على نشر الأكاذيب السياسية. مما أدى بعد ذلك إلى توجيه تهم إلى الصحفيين بتهيئة الظروف للقيام بالإبادة الجماعية وجرائم الحرب التي كانت مبرراتها أنها من أعمال الدولة. وفي ٢٣ من نيسان ١٩٩٩ قصف حلف الناتو مقر وكالة الأنباء في بلغراد.

عندما وصلت قوات حلف الناتو إلى كوسوفو في عام ١٩٩٩ لم يكن للتلفاز والمذياع أي دور فعال في المقاطعة ولذلك قامت الإدارة المؤقتة للأمم المتحدة في كوسوفو ومنظمة الأمن في أوروبا بإنشاء محطة تلفزيون وإذاعة ترفيهية واستبدلت الموظفين الصربيين بصحفيين من الألبان.

في تشـرين أول من سـنة ٢٠٠٠ قامت الثورة في يوغسـلافيا برفع القيود عن الإعلام ومنح الأمل بالحرية لكن بشـكل متفـاوت حيث ظلت بعـض القوانين السـابقة كالقانون المتعلـق بالإعلام بتقييد بعـض الحريات في بعـض الأماكن. كمـا أنّ العديد مـن الصحفيين لم يسـتطيعوا التخلـص من خضوعهـم الفطري للسـلطة ولـم تغيـر منظمـة تنظيـم البـث للإذاعـة والتلفزيـون الصربـي اللوائح الخاصـة بالترددات لكنهـا أعلنت عن وقف توزيـع الترددات الخاصـة بها حتى يتم اعتماد لوائح جديدة. بينما في أماكن أخرى كالبوسـنة والهرسـك تم اعتماد معاهدة ميثاق الاستقرار والتي أقرت حرية الإعلام وتدفق المعلومات بما يخدم الديمقراطية الجديدة.

انخفضت مصداقية الإعلام المقدوني أثر انـدلاع أعمال العنف على الحدود الكوسـوفيه، وأظهرت دراسـة سـويدية لتلك الحقبـة أنّ أقل مـن ١٥ بالمئة من المواطنين المقدونين و١٠ بالمئـة من الألبانيين كانوا يؤمنـون بما تبثه الصحافة المقدونية التي تأثرت بالأحداث السياسـية بشـكل سـلبي. هذا وتخضع وسائل الإعلام في كرواتيا للدسـتور الوطني الذي يكفـل حرية التفكيـر والتعبير مع ما يتماشـى مع المعايير الأوروبية غير أنّ القوانين التي تحكم الإعلام كانت تندرج تحت قوانين العقوبات مما كان يعيق عمل الكثير من الصحفيين.

الجمهورية التشيكية والسلوفاكية:

انطلقـت أول صحيفة تشـيكية في عـام ١٧١٩ وتم تأسـيس أول دار نشـر في سـلوفاكيا في عام ١٧٨٣. وقد نشـأت الصحافة في العصر الحديث في التشيك وسـلوفاكيا خلال فترة الإمبراطورية النمسـاوية الهنغارية حيـن بدأت الصحف التشـيكية بالظهور عام ١٨٦٠ والصحف السـلوفاكية في عام ١٩٩٠ مما ساهم في بناء الهوية الوطنية وجعل الصحافة متحيزة إلى الحزب والتعنت لأرائه.

بـدأت الصحـف فـي المسـاهمة فـي بنـاء الدولـة الجديـدة منـذ نشـأة الدولـة

التشيكوسلوفاكية المستقلة بعد انهيار الإمبراطورية النمساوية الهنغارية في عام ١٩١٨ بعد الحرب العالمية الأولى حتى حصل الانفصال في عام ١٩٣٩. يوجد في الجمهورية التشيكية ٦٠ صحيفة يومية، منها ٨ صحف حكومية في عام ٢٠٠٢.

تعتبر صحيفة (Mlada Fronta Dnes) الصحيفة الرئيسية في البلاد وقد حازت على ٢٢,٣ بالمئة من مبيعات السوق بمعدل ١,٣ مليون قارئ يوميا.

وصل عدد الصحف إلى ٧٥٣ صحيفة عندما أصبحت سلوفاكيا دولة مستقلة عام ١٩٩٣ بينما أصبح العدد وفي عام ٢٠٠٠: ١,٤٦٥ صحيفة منها ٤٥١ مسجلة رسميا.

بولندا:

نشأت أول صحيفة إعلامية في بولندا عام ١٦٦١. أما الصحيفة الثانية فقد استمرت بصعوبة بالغة لمدة ٦٠ سنة. وأسس البولنديون عدة صحف حيوية وحرة نسبياً إلى أن حصل الانهيار السياسي الذي أدى إلى انحلال الإعلام. وتقاسمت الإمبراطوريات الروسية والنمساوية والبروسية الأراضي البولندية فيما بينها خلال ال١٣٠ عام التالية ووضعت كل منهم رقابة صارمة على الصحافة. وعندما انفصلت بولندا كدولة مستقلة عام ١٩١٨ بدأت الصحافة من جديد بالظهور بشكل متنوع وحر سياسياً وإعلامياً. أما في عصرنا الحالي فيوجد لدى البولنديين أكثر من ٥,٥٠٠ صحيفة يومية بينها ١٦ صحيفة حكومية.

هنغاريا:

نشأت أول صحيفة إعلامية في هنغاريا باللغة اللاتينية والألمانية في عام ١٧٨٠ حيث تحكمت السياسة بالإعلام حتى عام ١٨٥٩ عندما قامت حرب الثلاثة شهور بين النمسا وفرنسا وايطاليا فتهمش دور الصحافة مما جعلها أكثر استقلالية وحرية. وعندما استقلت هنغاريا في عام ١٩١٨ استمر الإعلام بشكل حيوي سياسي وحر وظلت الصحافة الهنغارية تعمل على إخماد الفاشية حتى

قضت عليها في عام ١٩٣٠.

وصلت نسبة الهنغاريين الذين لا يقرأون الصحف اليومية والأسبوعية إلى ٢١٪ وتضاءلت إلى ١٠٪ بحلول عام ١٩٩٠ حين ارتفع عدد القراء من ٠ إلى ٦٦٥,٠٠٠ بحلول ١٩٩٨. وتشير الإحصائيات إلى وجود أكثر من ١,٦٠٠ صحيفة مسجلة رسميا منها ٣٣ صحيفة يومية.

تتمتع الصحافة الهنغارية بحرية واسعة في المجال السياسي ما دامت لا تزعزع الأمن ولا تخل بالقوانين السياسية فقد أصدرت الحكومة قانوناً يمنع نشر ما يخل بالأمن أو يناهض الحكومة حيث يعتبر هذا القانون أول قانون يتحكم بالإعلام حيث صدر في عام ١٩٩٩.

رومانيا:

يعتبر القمع والفساد والضغط السياسي والاقتصادي من العقبات التي اعترضت الإعلام في رومانيا أثناء الحكم الديكتاتوري للحاكم نيكولا سيسكو في أواخر عام ١٩٨٩ إلا أن ازدهرت حرية الصحافة نسبيا في بداية التسعينات. وبدأ اعتماد الصحافة على البرلمان في نقل الأخبار السياسية بحلول ٢٠٠١. وقد اكتشفت لجنة حماية الإعلاميين أكثر من ١٩ قضية مضايقات مادية وسياسية ضد الصحفيين خلال عامي ٢٠٠٠ و٢٠٠٢.

بعد إحلال الديمقراطية في رومانيا ظهرت صحيفتان يوميتان كانتا تصل إلى أكثر من ١,٥ مليون قارئ يوميا. أما في أيامنا هذه فيصل عدد الصحف الخاصة إلى المئات بعد القضاء على الضغوط السياسية والمادية التي تحكمت بالإعلام قبل الاستقلال. ومن المآخذ على الصحافة الرومانية اليوم استخدام الدعاية والإعلان للأغراض السياسية بالرغم من أنّ الإعلام يميل إلى التسلية والإثارة على حساب التحقيقات الصحفية مما أدى إلى انخفاض مصداقية الصحافة في المؤسسات الإعلامية باعتمادها على الكنيسة والجيش.

بلغاريا:

بدأت المئات من المحطات التلفزيونية والإذاعية البث بعد تغيير الحكومية البلغارية في عام ١٩٨٩ لكنّ المنازعات التي سادت في الحكومة أدت إلى مساءلة الصحفيين من كل ناحية حتى وصل عدد القضايا التي توجه لهم إلى ١٠٠ قضية سنوياً لكل صحفي مما أثر سلباً على الإعلام. تم تغيير القوانين التي تحكم الصحافة بحلول ٢٠٠٠ مما حدّ وقلل من عدد الملاحقات الجنائية للصحفيين واستبدال معاقبتهم بالسجن بتغريمهم مبالغ مادية.

أصبح الإعلام المطبوع في بلغاريا بعد عام ١٩٨٩ حراً بعيداً عن القوانين السياسية فنشأت صحيفتان حزبيتان معارضتان للحكومة. وتعتبر أكبر صحيفتان يوميتان ملكاً لشركة ألمانية.

فضل العديد من الصحفيين البلغاريين التركيز على التقارير السلبية والأخبار المثيرة كما قد نشأت علاقات غير شرعية بين الصحافة والعديد من المؤسسات الغير شرعية منها المافيا الروسية.

بحلول عام ٢٠٠٠ أصدرت اللجنة البلغارية الهلسنكية بياناً حول العرقية الصحفية في بلغاريا بين عامي ١٩٩٩ و٢٠٠٠ كالتالي: سبعة صحف للغجر، ثلاثة للأرمن، اثنتان للرومانيين، اثنتان لليهود، اثنتان للروس، اثنتان للأتراك، وواحدة للمقدونيين، مما أظهر الدور الأساسي للصحافة في توطيد العلاقات والدمج بين الأعراق المختلفة داخل البلاد.

ألبانيا:

احترمت الحكومة الألبانية بشكل عام الحرية الإعلامية ضمن قوانين حماية الحرية الصحفية التي ضمنت حقوق الصحفيين في نقل التقارير السياسية لكن ذلك لم يمنع مهاجمة بعض الصحفيين من قبل جهات مجهولة. وتعتبر محاكمات التشهير ضد الإعلام والتدخل السياسي الممول من الدولة من

العقبات التي وقفت في وجه الحرية الإعلامية بينما بقيت مقدرة الصحفيين محدودة على القيام بالإصلاحات والشروع في مواجهة مهاجمي زملائهم من الصحفيين.

التوتر في العلاقة بين الحكومات والإعلام:

رغم التردد في الاعتراف بالتدخل السافر في القرارات الإخبارية إلا أنّ الكثير من حكومات شرق أوروبا قدمت الحوافز للعديد من الصحفيين من مبالغ نقدية وجوائز أو حتى رحلات ترفيهية.

من المشكلات المحيرة التي واجهت الإعلام في دول شرق أوروبا هي إدراج المخالفات في قوانين التشهير ضمن لائحة قانون العقوبات المدني مما جعل العديد من الصحفيين مذنبين في قضايا السب والتشهير فواجهوا عقوبة السجن. ففي التشيك مثلاً في عام ١٩٩٠ كانت جميع القوانين المتعلقة بالتشهير خاضعة إلى قانون العقوبات المدني. أما في هنغاريا ففي عام ١٩٩٤ لم يعتبر الدستور قضايا السب والقذف والتشهير من القضايا الدستورية مما جعل من الصعب ملاحقة الصحفيين المعارضين للحكومة رسمياً. وفي بولندا أصدرت الحكومة قانوناً يعاقب من يشتم أو يسخر من الحكومة مما جعل تلك القضايا نادرة جدا في المحاكم البولندية وكذلك الأمر في كل من هنغاريا وسلوفاكيا. أما في التشيك ففي عام ١٩٩٧ أبطل قانون معاقبة التشهير بالمحاكم ولكن القانون الأساسي استمر في التصدي لقضايا تشويه صورة البلاد. وفي عام ١٩٩٩ في رومانيا اعتبر القانون قضايا التشهير والقذف الإعلامية من الجرائم التي يعاقب عليها القانون لكن بعد دعوة رومانيا للانضمام إلى الإتحاد الأوروبي عام ١٩٩٩ حصلت عدة إصلاحات هامة في الإعلام لكن البرلمان حينها اعتمد عدة قوانين أخرى تحد من حرية الصحافة فتم حظر أي نوع من أنواع تشويه صورة البلاد أو أي محاولات إعلامية للتحريض على الحروب أو العنف العام أو ما يتنافى مع الأخلاق.

خشـي العديد من دعاة الصحافة الحرة في عدة مناطق من دول شـرق أوروبا منَ الجرائم المنظمة فالتخويف والهجـوم عليهم كان واضحاً في تلك المناطق. وقد أظهرت الحقائق حسـبما أوفـد منتدى الحريـة في صربيـا أنّ أعمال العنف ضد الصحفييـن كانت ظاهـرة مخيفة نوعـا ما. أما في مـا يتعلق فـي الصحفيين الصربيين فقد كانوا الأكثر تضرراً من الفسـاد حينها. أما فـي بقية الدول الأخرى فقـد كان التخويف يعد مشـكلة أيضـاً ففي سـلوفاكيا تعـرض أحـد الصحفيين في صحيفـة يومية للهجـوم خارج منزله مما سـبب له أضـراراً بالغـة. كما عانى الصحفيـون مـن الإهمال فـي قضايـا ملاحقة مـن يهاجمهـم في جنوب شـرق أوروبا.

انتشار وسائل الإعلام الإلكترونية آثارها:

يوجـد فـي هنغاريـا ٣٥ محطـة تلفزيونيـة حسـب تقاريـر شـبكة الصحفيين الدولييـن، النقطة الأهم هي أنّ ثلاثـة من هذه المحطات هـي محطات حكومية واثنتان منها خاصة كما تملك الحكومة أربع قنـوات كوابل. ويوجد في هنغاريا ٧٧ محطة إذاعية منها ثلاثة ذات موجات قصيرة.

يوجد فـي التشـيك ١٢٠ محطة إذاعيـة منها ٣ محطـات حكوميـة ومحطتان وطنيتان. تحتل محطات الإذاعة التشيكية الحكومية ٣٣ بالمئة من سوق الإذاعة بينما تحتل المحطات الخاصة ٦٠ بالمئة. وتملك شركة أمريكية معظم محطات الراديو الشعبية في التشـيك.ويوجد في جمهورية التشيك ١٥٠ محطة تلفزيونية منها ٢ حكومية ومحطتان إعلانيتان. والمحطة الرئيسـية في التشـيك هي محطة خاصـة حيث تحتـل المرتبة الأولى مـن حيث مشـاهدة الناس بنسـبة ٤٦ بالمئة من السـكان بينما تحتل المحطات الحكومية المرتبة الثانية بنسبة ٣٤ بالمئة. أما المحطات الفضائية فنسبة مشاهدتها لا تتجاوز نسبة ٦ بالمئة فقط في التشيك.

في سـلوفاكيا المحطة الرئيسـية التلفزيونية هي محطة خاصة واسمها ماركيزا

حيث تغطي ما يقارب ثلثي الدولة ثم تتبعها محطة التلفزيون الوطني، كما يوجد في سلوفاكيا ٧٨ محطة أرضية و٩٤ محطة إعلانية.

يوجد في بولندا ما لا يقل عن ٢٠٠ محطة وطنية محلية إذاعية. تملك الإذاعة الوطنية أربع موجات واحدة منها ذات تردد موجات قصيرة. كما يوجد ١٧ محطة إذاعية مستقلة خاصة تنافس المحطات الوطنية بينما تملك الكنيسة الكاثوليكية محطات خاصة ذات انتشار واسع حيث تصل تردداتها إلى ٣٠ تردد.

أما في ما يتعلق بالمحطات التلفزيونية فيوجد في بولندا ٢٤ محطة تلفزيونية محلية وطنية عبر البلاد منها محطتان حكومية يخدمها ١١ مكتب للأخبار حول البلاد. وتعتبر المحطة البولونية محطة هامة لأنها تبث إلى خارج البلاد كمحطة فضائية بالإضافة إلى عدة محطات فضائية أخرى كما تنتشر في دول شرق أوروبا المحطات الفضائية الأوروبية والمحطات الإذاعية العالمية.

يوجد في رومانيا أكثر من ٥٠ محطة تلفزيونية خاصة و١٠٠ محطة إذاعية وتدعم محطات الإعلانات جميع محطات البث في رومانيا بشكل رئيسي. وتهتم محطات التلفزة في رومانيا بشكل رئيسي بالبرامج الترفيهية وخاصة الأمريكية منها لكن بعد انهيار الشيوعية بدأ الحنين يعود إلى البرامج المنتجة محلياً.

إنّ الموجات الهوائية في مقدونيا مزدحمة للغاية حيث يوجد ٤٤ محطة في مقدونيا منها ٣ محطات حكومية. تعتبر المحطة الوطنية هي المحطة التلفزيونية الرئيسية ثم تليها المحطة المتكلمة بلغة الأقلية ثم تليها المحطة التي تبث البرامج الفضائية. كما يوجد محطة إذاعية حكومية واحدة هي الوطنية في مقدونيا من بين ٧٠ محطة محلية.

يوجد عدد من وكالات الأنباء التي تجمع الأخبار والصور التي تخدم المحطات، ففي سلوفاكيا يوجد ثلاثة وكالات بينما تملك هنغاريا وكالة واحدة فقط وفي جمهورية التشيك هناك ثلاثة وكالات للأنباء. أما في بلغاريا فهناك

شبكة لوكالة الأنباء تعمل عبر البلاد لجمع الأخبار والتقارير الصحفية ويتم تمويلها بشكل جزئي من قبل الحكومية حيث تعتبر مؤسسة شبه حكومية، وقد عمل البرلمان في ٢٠٠٢ على تجديد قانون يتعلق بآلية عمل الوكالة مما يتحكم في دورها في عملية نقل أخبار الحكومة إلى العامة.

جذور التسلط الحكومي على الإعلام واستمراريتها:

استمرت الحكومات في دول شرق أوروبا في فترة ما بعد الشيوعية بالتحكم بالإعلام وسنت القوانين التي تحد من حرية الصحافة في وسائل الإعلام المتعددة. وقد أساء التلاعب والتحكم بوسائل الإعلام إلى سمعة الإعلام بعد انهيار الشيوعية، ففي هنغاريا كانت تشن حروب إعلامية ضد الحكومة والبرلمان بينما كان الحال مختلفاً في التشيك وبولندا. أما في جمهورية سلوفاكيا فقد استطاعت الحكومة التلاعب والسيطرة وممارسة سياسة التخويف على الإعلام.

حاولت الحكومة البولوندية في عام ٢٠٠٢ تغيير بعض القوانين المتعلقة بالإعلام، الخطوة التي اعتبرها العديد من مالكي المحطات الإعلامية وأعضاء البرلمان هامة وقوية في سبيل التحكم في الإعلام الشعبي أو الجماهيري. أما في التشيك فقد أثار التعيين السياسي لمدير المحطة الوطنية التلفزيونية تمرداً كبيراً في المحطة مما أدى إلى استقالة المدير العام وأحيلت القضية إلى البرلمان للبت فيها، مما ساهم في تغيير التشريعات المتعلقة بوسائل الإعلام وإحالة أسماء المرشحين من أعضاء المجلس إلى مجلس المدينة. فقد سمح القانون الجديد للأعضاء بتحمل مسؤولية مجلس التلفزيون وتعيين مديراً مؤقتاً الأمر الذي ترك المحطة في أيدي السياسيين في النهاية.

أسفر القانون الجديد في هنغاريا عام ٢٠٠٠ الذي سنّه مجلس إدارة المحطات التلفزيونية والإذاعية عن خروج الآلاف من المحتجين إلى الشوارع

في بودابست مطالبين بإنشاء مجلس مستقل تماماً لكنّ رئيس الحكومة السلوفاكية ورئيس المحطة التلفزيونية فشلا في ضمان مجلس مستقل وموضوعي للمحطة بالرغم من أنّ المحطة الوطنية أصبحت مستقلة تماما عام ١٩٩٩. لكن على الرغم من استمرار التحكم بالإعلام والتلاعب به سياسياً في دول شرق أوروبا إلا أنّ بعض المقاومة كانت واضحة من قبل الصحفيين والمؤسسات الإعلامية وبعض الجماعات المدنية ومعارضي البرلمان.

تأييد القوانين المنصفة لوسائل الإعلام:

بعد انهيار الشيوعية تم إقرار عدة قوانين متعددة الجوانب ومثيرة للجدل تهدف إلى التحكم بالإعلام.

فقد تم إنشاء مجلس إدارة لمنح التراخيص القانونية وتنظيم البث في التشيك في عام ١٩٩١-١٩٩٢ وفي هنغاريا في عام ١٩٩٥ وفي بولندا في عام ١٩٩٢ وفي سلوفاكيا في عام ١٩٩٢-١٩٩٣. ومن الخلافات التي نشأت فوراً في تلك الفترة عندما تم تعيين مجلس إدارة المنظمة التي تمنح التراخيص. ففي الجمهورية السلوفاكية منها اقتصر الأعضاء على البرلمان. بينما في جمهورية التشيك وبولندا فقد كان البرلمان مع رئيس الحكومة كلاهما معاً في المنظمة. أما هنغاريا فقد ضمت الحكومة والمعارضة معاً. مما أدى تحقيق مصالح كبيرة تخدم مصلحة الأحزاب السياسية من خلال إعطائهم السلطة للتحكم بالجزيئات الدقيقة في الإعلام.

اعتادت دول شرق أوروبا على المساواة بين المجتمع والدولة مما كان له الأثر في أن يكون الإعلام يعمل على خدمة المجتمع. كذلك كان انهيار الشيوعية في تلك الحقبة عاملاً مهماً في خدمة محطات التلفزة بشكل كبير لإبراز مواقف المقاومة ومناهضة التسييس العلني للمحطات التلفزيونية المحلية. كما ظهرت بعض الثورات ضد بعض الموظفين العاملين في

المحطات وضد الإتحاد وأعضاء مجلس الإدارة المحلية وبعض أعضاء البرلمان السياسيين.

إنّ الأزمة التي تعانيها دول شرق أوروبا لم تنته بل تعمقت وأصبح لها جذور من العقد السياسية المتناقضة. ففي بعض الدول كبولندا وضعت قوانين تقر احترام الديانات واحترام العامة، لكن هذا القانون لم يطبق في نهاية المطاف.

إنّ قانون حماية الحرية الإعلامية ومصادر الإعلام تم إقراره لكن بشكل بطيء حيث لم يكن هناك أي نوع من التوحيد في سن القوانين ولا في تطبيقها من قبل المحكمة. لكن قامت هنغاريا في عام ١٩٩٢ في عام ١٩٩٥ بإقرار نصوص قانونية جديدة لحماية وحرية الصحفيين وذلك عندما تم تعيين مسؤول مفوض لمتابعة تنفيذ القوانين مما أجبر الحكومة على الإلتزام بالقوانين خلال ٨ أيام فقط من إصدارها. تم تسجيل الاجتماع بين الحكومة والمفوض وتم إصدار قائمة بأسماء المشاركين في الاجتماع عن طريق أحد الصحفيين الهنغاريين الذي تجرأ بنشر تلك المعلومات. ثم صدر قانون مماثل في التشيك في عام ٢٠٠٠ لحماية مصالح وحرية الإعلام تحت سيادة الدولة. ونص القانون الجديد في البلاد عام ٢٠٠١ على السماح للصحفيين بحماية مصادرهم وإخفائها إذا كانت لها علاقة بقضايا جنائية. أما في سلوفاكيا فقد تم اعتماد قانون عام وشامل يحمي حرية الصحفيين وحماية مصادرهم في عام ٢٠٠٠ على العكس من بولندا التي لم تسن أي قانون يختص بمصادر المعلومات ولم تتخذ إجراءات قانونية في ذلك المسار.

مفهوم حرية وسائل الإعلام ومساءلتها:

نص الدستور في دول شرق أوروبا على حرية الصحافة والإعلام واحترمت الحكومات بشكل عام تلك الحرية مع بعض التحفظات على عمل بعض أجهزة الإعلام. فقد كان الغرض من تلك الفكرة هو محاولة السيطرة على أجهزة

الإعلام في ما يتعلق بالأمور السياسية. فقد مال السياسيون إلى تقليد رئيس الوزراء الإيطالي عندما أصبح مالكاً لوسائل الإعلام فمحطة ماركيزا مثلا في الجمهورية السلوفاكية امتلكها بافال روسكو الذي أسس حزباً سياسياً جديداً في عام ٢٠٠١ عندما استخدم المحطة لأغراضه السياسية وخدمة حزبه.

لم تكن الصحافة المطبوعة متنوعة لسببين أحدهما أنّ الإعلام أستعمل كسلاح سياسي والسبب الثاني أنّ الإعلام التجاري لم يكن مرضياً لعدم إعطائه الاهتمام من قبل المجتمعات السياسية العليا. لذلك في نهاية التسعينات أكدت العديد من وسائل الإعلام استقلالها عن الأحزاب السياسية. فتم استبدال فكرة المساءلة السياسية بالمسؤولية الاجتماعية التي اتسمت أيديولوجيا بالتبعية للمالك وخدمة مصالحه السياسية والاقتصادية.

ظل موضوع حرية الإعلام ومساءلة الصحافة بأيدي الشعب إلى فترة ليست بالبعيدة إلى أن أصبح منظماً بشكل تدريجي وصيغت اللوائح الأخلاقية في دول شرق أوروبا الرئيسية بشكل رسمي لكن تطبيقها على الصحفيين كان متفاوتاً وتبين أنّ تطور وسائل الإعلام فيما بعد مرحلة الشيوعية يعتبر بطيئاً.

الصحافة بين التعليم والتدريب:

بعد انتهاء النظام الشيوعي بدأت مرحلة تعلم الصحافة والتدريب عليها، وذلك لعدة أسباب منها زيادة الاهتمام في الصحافة وتقديم برامج التدريب والتعليم بشكل مجاني من قبل وسائل الإعلام.

لم تكن برامج تعليم الصحافة والتدريب عليها موجودة بشكل عملي في الجامعات التشيكوسلوفاكية والبولندية خلال أيام النظام الشيوعي وإنما كانت أكاديمية فقط. فلم يدرس الإعلام في الجامعات في هنغاريا وإنما اعتمدت الحكومة على الصحفيين المنتدبين سياسياً بينما اعتمدت الصحافة على المذهب الماركسي اللينيني. أما في دول أوروبا الوسطى حينها فلم تعتمد

برامج رسمية وإنما اعتمدت الدول على التدريب غير الرسمي للصحفيين الذين كانوا ينتمون إلى مجالات وتخصصات مختلفة.

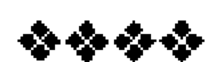
مستقبل الإعلام في أوروبا الوسطى:

ارتبط مستقبل الإعلام في دول أوروبا الوسطى ارتباطا وثيقاً بالدعم المادي الذي كان مصدره الوحيد هو السياسيون مما جعلهم مسيطرين على الإعلام والصحافة بكل أشكالها مما لم يضمن بأي شكل من الأشكال استقلال وسائل الإعلام، فما يشاهده أو يسمعه أو يقرأه الناس كان متوقفاً على مفهوم الديمقراطية لدى السياسيين. مما ألزم الصحفيين والناشرين والكتّاب في دول أوروبا الوسطى من شرقها إلى غربها في لعب دور هام في مجال تطوير الإعلام وإيصال مفهومه الصحيح للجميع.

مستقبل وسائل الإعلام في المنطقة:

إنّ انتشار الإنترنت في أوروبا وفي دول العالم بشكل عام فتح آفاقا جديدة في تناقل المعلومات حول العالم دون وجود أي تنظيم أو مراقبة من الحكومات لمحدودية نطاقها وامتدادها. فقد انتشرت المئات من مقاهي الإنترنت في المدن وحتى بعض المناطق النائية مثل كوسوفو وألبانيا وفشلت الحكومات في محاولة تنظيم وصول الإنترنت ومراقبتها.

أما الحكومة البلغارية فقد فرضت رسوماً تصل إلى ٤٠ بالمئة على خدمات الإنترنت في عام ١٩٩٨. وقد كان قوانين منح الرخص مسيطر عليه من قبل الحكومة البلغارية.



الإعلام في بعض الدولة المستقلة حديثا

إنّ موضوع الإعلام في الدول المستقلة حديثاً ما هو إلا مجرد نوع من المنازعات والنجاحات وفشل الديمقراطية بعد الشيوعية. فبعد أكثر من عقد من انهيار الإتحاد السوفييتي كان التفاؤل بالتغيير مستبعداً فهو نوع من التحدي في تغيير الواقع. ففي كل الدول كانت الديمقراطية موضوع نزاع والتطور في الإعلام المستقل أو غير المستقل محفوفاً بالمصاعب.

من أكثر الأمور التي كانت واضحة بعد نهاية الشيوعية في الدول المستقلة حديثاً هو الاختلاف في خبرة كل بلاد في التجمعات الإقليمية بينما واجهت كل من دول اتحاد الجمهوريات الاشتراكية السوفياتية التحديات في صعوبة الحكم الذاتي. فقد تنوعت التجارب لدى كل دولة من دول البلقان: دول أوروبا الوسطى، دول ما وراء القوقاز، ودول آسيا الوسطى. فقد اختلفت هذه الدول باختلاف ثقافاتها قبل وخلال وبعد الشيوعية.

دول البلقان اعتبرت نفسها خارج الإتحاد السوفيتي مما سهل عليه التغيير فيها بعد انهياره، في الدول الجديدة (أوكرانيا وبيلاروسيا ومولدافيا) كان التغيير فجائيا فعلى الرغم من اعتبار هذه الدول مستقلة نوعا ما عن الإتحاد السوفيتي إلا أنها لم تعتبر الإمبراطورية الروسية شيئا مميزا عنها.

التغيير للحكومة الجديدة في هذه الدول اعتبر نوعا من الصراع بين القوى المترسخة القديمة والقوى الحكومية الجديدة. دول عبر القوقاز كانت أكثر جاهزية من غيرها للتغيير فهي جغرافيا كانت مهيأة للانقسام عن الإتحاد السوفييتي. ولكن لسوء الحظ في تلك الدول الثلاث سبب التعصب المتأصل فيها إلى استنزاف طاقتها السياسية الأمر الذي اشغل الإعلام.أما في دول آسيا الوسطى كان الصراع على الإعلام المستقل هو الأمر الأكثر شيوعا.

أكثر التحديات التي واجهت الدول المستقلة الجديدة كانت من المجموعات

الصغيرة التي كانت عضوا في الكومنويلث هي مطالبة المحللين السياسيين بدراسة نماذج الديمقراطية في الدول الغير شيوعية بما يتصل بسياسة التغيير بعد الشيوعية.

خلال الحكم السوفييتي كان الإعلام يدور حول تقارب تلك الدول والانتقاد الذي وجه لوسائل الإعلام أنها اهتمت بتصحيح الشيوعية ولبش سلبيات ذلك النظام. خلال حكم غورباتشوف في الإتحاد السوفييتي كانت بداية حكم الغلاسنوست النظام الذي سمح بإطلاق التعليقات السياسية الحرة بما يخدم التحديث في البلاد. خلال نظام الغلاسنوست فتحت أبواب أمام الإعلام لتغطية المواضيع الممنوعة بشكل رسمي. ولذلك فقد كان لكل دولة من الدول المستقلة حديثاً قانوناً يحكم حرية الإعلام في الدستور وكان على المحكمة معاقبة من يتجاوز تلك القوانين ولكن مع كل ذلك لم تكن تلك القوانين مفعلة بشكل كامل. فبعض الصحفيين الأوكرانيين قتلوا بسبب تتبعهم لقصص لم تعجب الحكومة. وفي كازاخستان سنت قوانين صارمة ضد من يشتم الحاكم أو زوجته. والصحف في أذربيجان كانت عليها التحقق من أي واقعة تنشر ولا تكتفي بذكر اسم الكاتب لها. كما أنه يوجد الآن منظمة خاصة للأحداث الهامة الخاصة بالصحفيين.

الصراع في الإعلام في تلك الدول امتد إلى دول غرب أوروبا والولايات المتحدة. مما أدى إلى نشوء بعض المنظمات كمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا ومنظمة الولايات المتحدة وإذاعة أوروبا الحرة وغيرها.

دول البلقان:

استمر تأثر دول البلقان الثلاث استونيا ولتوانيا ولافيتا بالمشاكل بعد الشيوعية بالرغم من أنها كانت على طريق الاستقلال التام. ففي حين تمتعت هذه الدول بكلا النوعين من وسائل الإعلام الخاصة والحكومية إلا إنّ أغلب

الصحافة كانت تخضع لرقابة الحكومة. فالمشكلة في دول البلقان كانت في فقدان احترافية الصحافة.

لكن في نهاية المطاف فإن تمتع هذه الدول الثلاث بالديمقراطية واحترام حرية الإعلام كانت أسباب هامة جدا قادتها إلى الانضمام إلى الإتحاد الأوروبي.

استونيا:

تمتعت استونيا بنظام سياسي واقتصادي مستقر بما في ذلك احترام حرية الإعلام ولم تعاني من الفساد بشكل كبير بسبب هذه الحملات للقضاء على الفساد. كما امتازت وسائل الإعلام اليومية في استونيا بالملكية الخاصة وعدم تلقي أي مساعدات مادية من الحكومية حيث يصدر يومياً ٧ صحف منها ٥ صحف تطبع في البلاد وصحيفتان تطبعان في روسيا بالإضافة إلى العديد من الصحف الأسبوعية. كما تمتلك الحكومة مطبعة حكومية التي تعمل بشكل غير احترافي كما يوجد في استونيا وكالتي أنباء.

يوجد في استونيا ٣ محطات تلفزيونية محلية وواحدة خاصة وهي الأكثر شعبية، وفيها ٣٠ محطة إذاعية خاصة تتحدث اللغة الروسية الأكثر انتشاراً في البلاد. ويتم إنفاق ٥٠ بالمئة من العائدات التجارية في استونيا على الصحف اليومية يليها التلفاز بنسبة ٢٠ بالمئة بينما ينفق على المجلات والمحطات الإذاعية ١٢ بالمئة.

تتمتع استونيا بأعلى نسبة اختراق للإنترنت من بين دول شرق أوروبا والإتحاد السوفيتي.فهناك ٢٨ بالمئة من الايستونيين بين عمر ١٧ و٧٤ يستعملون الإنترنت ويجري العمل على إنشاء ٨٠ موقع محلي. المشكلة الوحيدة في استونيا تتمثل في التكاليف العالية لأجهزة الكمبيوتر وخطوط الإنترنت.

عموماً، تعد استونيا البلد الأكثر أخلاقية في الإعلام في دول البلقان إلا أنها لم تخلو من بعض المفاجآت ففي عام ٢٠٠١ تم العثور على مالك أكبر دار نشر في البلاد مقتولاً بالرصاص بعد عام من قتل ولده بنفس الطريقة وتم تسجيل القضيتان ضد مجهول.

لاتيفيا:

تعد لاتيفيا من الدول التي تحترم حرية الإعلام في دستورها الذي لم ينص على قانون معاقبة الصحافة الغير مسؤولة إلا أنه سن قانوناً لمعاقبة التشهير بالسياسيين وغير السياسيين، حيث تعتبر معظم الصحف والمجلات في لاتيفيا ذات ملكية خاصة.

إنّ أكبر صحيفتين في البلاد تتداول بين ٧٠,٠٠٠ و٦٥,٠٠٠ نسخة تليهما صحيفة باللغة الروسية بنسبة تداول ١٥,٠٠٠. ولا يوجد أي صحف أسبوعية في لاتيفيا وإنما يوجد صحف تصدر أربع مرات أسبوعيا فمعظم المدن اللاتيفية فيها دور نشر خاصة. ويوجد في لاتيفيا محطتان تلفزيونيتان محليتان وتسع محطات خاصة، ومع كل ذلك فإن نسبة المشاهدين اللاتيفيين للقنوات الفضائية لا تتجاوز ١٠ بالمائة. كما أنّ عدد المحطات الإذاعية المستقلة في لاتيفيا كبير جدا تتحدث بكلا اللغتين الروسية واللاتيفية. وبشكل عام، يستحوذ التلفزيون في لاتيفيا على أكبر نسبة من العائدات التجارية بنسبة ٤٣ بالمئة والصحف ٣٥ بالمئة والراديو بنسبة ٦ بالمئة والصحف ٤ بالمئة.

المشكلة الكبرى في لاتيفيا كانت في أثر اللغة الروسية على الإعلام خصوصاً عند استخدامها لأغراض الشتم والقذف، بالإضافة إلى ما نتج عن تتبع بعض الصحفيين لقضايا الفساد ففي عام ٢٠٠١ تم العثور على صحفي مشهور مقتولاً أثر تحقيقه في قضية فساد للمافيا الروسية.

إلتزم أغلب الصحفيين اللاتيفيين منازلهم نتيجة تأثرهم بالضغوط الممارسة

عليهم من قبل مالكي دور النشر. كما أظهرت نتائج البحوث في عام ٢٠٠٠ أنّ ٩,٢ بالمئة من اللاتيفيين يستخدمون الإنترنت بشكل اعتيادي ويومي لمتابعة الأخبار.

ليتوانيا:

عانت ليتوانيا من مشكلة عدم تنفيذ القوانين التي نص عليها الدستور من قبل المحكمة. لذا في عام ٢٠٠٠ تم تعيين أمين للمظالم للتحكم بالإعلام كما قام الحاكم بتعيين لجنة للتحقيقات في وسائل الإعلام.

تعود ملكية معظم وسائل الإعلام اللتوانية لأفراد وشركات خاصة على الرغم من وجود المراقبة الحكومية لمعظم المصادر الإخبارية حتى أنّ محطات الإذاعة والتلفزة كانت شركات عامة. وقد أدت وسائل الإعلام الخاصة دورا جيدا على الرغم من بعض الصعوبات المادية.

يوجد في ليتوانيا ثلاثة صحف يومية ذات ملكية خاصة ونسبة ٢ بالمئة فقط من الليتوانيين يتصلون عبر الإنترنت وأفادت التقارير أنّ ٥ بالمئة فقط من الليتوانيين يستخدمونها.

يعاني الصحفيين الليتوانيين من ضغوط حكومية في عملهم حيث تطغى اللغة الروسية على وسائل الإعلام. كما يعاني الصحفيون بشكل عام من صعوبة الحصول على الأنباء السياسية وخاصة تلك التي تتصل بالأمن والجيش.

تطغى الإثارة على وسائل الإعلام في ليتوانيا واهتمام الصحافة بإثارة الفضائح والتركيز على الجرائم المتعلقة بالأحداث. كما تتمتع ليتوانيا بأقسى القوانين التي تعاقب على التشهير والقذف من بين جميع دول البلقان حيث تتمثل العقوبات في السجن والغرامات المادية. ففي منتصف التسعينات تم الكشف عن تورط الحكومة في عملية مهاجمة عدة صحفيين وتفجير إحدى الصحف عقب التحقيق في إحدى الجرائم وتتبعها عن طريق الصحافة.

أوكرانيا وبيلاروسيا ومولدوفيا: أوكرانيا:

في ١٦ أيلول ٢٠٠٢ كانت الذكرى الثانية لاختفاء جورجي غونغادزه أحد الصحفيين المحققين في قضايا الفساد ومالك أحد الصحف الإلكترونية على الإنترنت، وقد لاقت تلك الذكرى احتجاجا جماهيرياً كبيراً. حيث وجدت جثة الصحفي بعد ستة أشهر من اختفائه ولم تبدي الحكومة الأوكرانية اهتماماً كبيراً لحل ملابسات القضية حتى بعد استدعاء مكتب التحقيقات الفيدرالي للتحقيق. وقد قامت الشرطة وقوات الأمن بمنع توزيع المنشورات التي نشرت فضيحة الجريمة والتي كانت لها اتصال كبير بالحاكم. وقد قامت الصحف المعارضة للحكومة بعدة حملات مناهضة ضد الحاكم أثناء فترة الانتخابات الرئاسية ولكنها تعرضت لمضايقات كثيرة من فرض غرامات وإحراق المرافق. وتم بث جميع التقارير على المحطات التلفزيونية حيث تعرض الحاكم خلال عامي ١٩٩٩ و٢٠٠٠ بأكبر أعداء الصحافة، حسب لجنة حماية حقوق الصحفيين.

مع حلول عام ٢٠٠٠ كان في أوكرانيا أكثر من ٨٠٠٠ وسيلة للإعلام منها ٢,٦٠٠ تصدر بشكل دوري منظم. وبلغت نسبة الصحافة المطبوعة ذات ملكية خاصة ٧٠ بالمائة وقد كانت الحكومة تتحكم بوسائل الاتصالات التي تصل إلى العامة.

يوجد في أوكرانيا عدة محطات تلفزيونية تبث محلياً عبر البلاد، وكذلك الأمر بالنسبة لأربع محطات إذاعية عانت كلها من صعوبات مادية. وكانت المحطات التلفزيونية المصدر الوحيد للأخبار التي تصل إلى الشعب. وقد أشارت البحوث في عام ١٩٩٩ أنّ ٩٠ بالمائة من السكان يشاهدون التلفاز يومياً على أربعة محطات رئيسية. وفي العام التالي أظهرت الإحصائيات أنّ أكثر المحطات شعبية في البلاد هي قناة البي بي سي.

في الوقت الذي بدأت فيه المحطات المستقلة بالظهور عبر الإنترنت فإن

واحد بالمئة كانت نسبة الشعب المتصفح لها. وقد حاول العديد من المحامين الوكرانيين الدفاع عن حقوق حرية الإعلام لكنّ القانون لم يكن يتعاون معهم بشكل كامل.

بيلاروسيا:

أدت الانتخابات الحرة في بيلاروسيا إلى تسلم اليكسندر زمام الحكم الذي أعاد للبلاد التسلط والتحكم بالإعلام ومساءلة الصحافة والسيطرة على مصادر المعلومات وكذلك هضم حقوق حرية الإعلام الأمر الذي أدى إلى اختفاء المعارضة نتيجة ممارسات الأمن الرئاسي.

لا زالت الحكومة البيلاروسية تقيد الحريات المدنية كالتجمعات والتعصب للدين والتعبير والصحافة والتنقل. بل إنّ الفلسفة الستالينية التي اتبعها اليكسندر في حكمه لبيلاروسيا تعدت إلى الأمور الاقتصادية فتم حرمان الشعب من الاستفادة من العائدات المادية، كما أغلقت الحدود فلم يستطع البث الوصول إلى خارجها ولم يسمح بتبادل المعلومات عبر حدود البلاد لذلك كان المكان الوحيد الذي يلجأ إليه البيلاروسيون هو طباعة صحافتهم إلا أنّ لتوانيا منعت من توصيل الأوراق إليها عبر بيلاروسيا.

بالعودة إلى زمن الإتحاد السوفيتي فإنه من الملاحظ أنّ المعلومات المتعلقة بالسياسة كانت تصل عبر الوكالات المتخصصة وتحت مراقبة السياسيين، لدرجة أنّ السياسة سيطرت على الإعلام وأدرجته كتخصص يدرس داخل الجامعات. أما في عام ١٩٩٧ فقد تم إقرار قوانين صارمة لمساءلة الصحافة فيما يتعلق بالسياسة ومنعت أي أفكار أو أراء سلبية ضد الحكم من النشر في بيلاروسيا.

على الرغم من أنّ بعض القوانين سمحت بحرية الصحافة وحرية التصفح عبر الإنترنت إلا أنها لم تنفذ فعليا بل على العكس فقد كانت القوانين أشد

صرامة عام ١٩٩٨. هذا وقد امتلكت الحكومة في المدن التسعة أكبر دور النشر مما جعل الإعلام في صف الحكومة وضد المعارضة.

على الرغم من أنّ الدستور أعطى حرية الإعلام الخاص إلا أنه تم منع تناقل أو الحصول على المعلومات التي تخص سياسة وأمن البلاد. وقد تم تهديد العديد من دور النشر الخاصة بالحرق أو الغرامات المادية إذا ما تتبعت الأخبار السياسية الممنوعة. مما جعل المحطات التلفزيونية تقتصر على البرامج الترفيهية والاجتماعية وابتعدت عن السياسة. كما أنّ غلاء تكاليف الطباعة والضرائب العالية أدى إلى غلاء أسعار الصحف مما جعل الشعب لا يستطيعون اقتناءها بشكل يومي.

يوجد في بيلاروسيا ١٦٥ محطة تلفزيونية و٤٠ إذاعية تتنافس مع الإعلام الروسي، وقد منع بعضها انتقادها النظام، فأكثره هذه المحطات تسيطر عليها الحكومة. ولكن لم يصل النظام إلى راديو الحرية الأمر الذي أدى إلى استقلاليته لاحقا.

يوجد في بيلاروسيا منظمتين لحماية الصحافة تضم ٢٠٠٠ عضو، من هذه المنظمات ما يسمى إتحاد الصحفيين البيلاروسيين الذي يضم ٧٥٠ عضو وهو بحد ذاته عضواً في منظمة حماية حقوق الصحفيين العالمية. في تشرين أول ٢٠٠٠ حاول الصحفيون البيلاروسيون الاحتفال باستقلالية الإعلام إلا أنّ الحكومة أوقفت ذلك الاحتفال ومنعته.

مولدافيا:

صوت المولدافيون في عام ٢٠٠٠ لتصبح بلادهم ديمقراطية وبرلمانية كأول دولة في رابطة الدول المستقلة. لكن مع كل ذلك فقد بقي مستقبلهم مجهولاً لأنّ الجزء الغربي من البلاد تأثر بالغرب بينما ظل الجزء الشرقي متأثراً بروسيا. وقد عانت الدولة من الانقسام مما جعل القسم الشرقي موطأ أقدام القوات

الروسية بينما طالبت الحكومة المولدافية بالاستقلال والديمقراطية.

تمتع الإعلام في مولدافيا بالقوة واستقلالية وسائل الإعلام من تلفزة وصحافة بالرغم من أنّ معظم وسائل الإعلام انتسبت للأحزاب. كما أنّ معظم الصحف اليومية كانت تنشر باللغة الرومانية لكنّ الحكومة فرضت طباعة الصحف باللغتين الرومانية والروسية. كل وسائل الإعلام المولدافية كانت مرخصة رسمياً ومعفية من الضرائب. أما الحكومة فقد امتلكت وسائلها الخاصة للإعلام ولكنها عادة ما تأتي في المركز الثاني بعد الإعلام الخاص.

يوجد في مولدافيا العديد من محطات التلفزة والإذاعة التي تعتبر المصدر الرئيسي للبرامج كما يوجد عدة محطات ذات ملكية خاصة منتشرة عبر البلاد محليا.

احترمت الحكومة المولدافية حقوق حرية الصحافة إلا أنها لم تسمح بالتشهير أو القذف للحكومة أو السياسيين أو أي دعوة إلى الانقسام فقد كان الصحفيون يتعرضون للمساءلة القانونية في تلك القضايا إذا ما تم إثبات التهم عليهم حيث يتم أخذ تعهدهم بعدم تكرارها، وقد اكتفت الحكومة بتغريمهم مبالغ مالية تصل إلى ١٠٠ أو ٢٠٠ ضعف الراتب الشهري للصحفي المذنب.

كانت الصحافة في مولدافيا مملوكة بشكل رئيسي للحكومة وفي النظام الستاليني الجديد وضعت قوانين صارمة تحكم الصحف الصغيرة ذات الملكية الخاصة ولم يسمح لأحد الطرفين بأن ينتقد أو يسخر من الطرف الآخر.

كان تعدد اللغات واضحاً في وسائل الإعلام لكن الحكومة المولدافية فرضت على محطات التلفزة استعمال اللغة المولدافية الرومانية في أكثر من ٦٥ بالمائة من البرامج حيث كان ذلك أيسر بكثير من برمجة محطاتهم باللغة الروسية.يوجد في مولدافيا ١٥ موفر لخطوط الإنترنت تستعمل أغلبها في المدارس ومقاهي الإنترنت والشركات الكبرى الأجنبية ومكاتب المنظمات الغير حكومية.

دول ما وراء القوقاز (جورجيا، أرمينيا، أذربيجان)

جورجيا:

عانت جورجيا من تحديات شاقة حتى تستقر كدولة مستقلة. فالمعارك الإقليمية والسياسية استنزفت كل مصادر واستقرار البلاد. فقد انقسم السكان دينياً وذلك لتعدد الأديان بعد المعارك الدامية كما أن إقليم أجاريا حاول الانفصال إلا أنه فشل.

عمل الحاكم على استقرار البلاد وإعادة الأمور إلى نصابها كما جدد المصادر الاقتصادية، في الوقت الذي كانت فيه أغلب الوكالات الإعلامية ذات ملكية حكومية بالرغم من وجود بعض الصحف الصغيرة ذات الملكية الخاصة التي ظهرت بنسبة تداول صغيرة. حيث نازعت بعض الصحف الصغيرة خارج الحدود من أجل البقاء والاستمرار بمساعدة بعض القوى الأجنبية.

كل الصحافة المطبوعة كانت خاصة حيث تطورت بعد الشيوعية وتميزت، إلا أنهم استمروا بأخذ المعونات من الحكومة. مما جعل الصحافة وسيلة دعاية للحكومة. ومن الخدمات التي سيطرت عليها الحكومة أيضاً هي امتيازات الحصول على المعلومات التي كانت حكراً على المركز الحكومي بينما كان هناك العديد من وكالات الإعلام الحكومية والخاصة التي تتنافس في السوق.

يعتمد أغلبية السكان على التلفزيون المحلي في متابعة الأخبار على محطتين تلفزيونيتين محليتين حتى ظهرت بعض المحطات التي نافستهم مما اضطرهم إلى البحث عن تغطية أكبر للأخبار. أنقذت المحطات المستقلة الإعلام الحكومي حين استحوذت على أغلبية المشاهدين وعادت على الدولة بعائدات مادية كبيرة. أما محطات الإذاعة فاهتمت بالموسيقى وبعض الأخبار السياسية الساخرة.

اعتمد السياسيين على سياسة التشهير وشتم الصحفيين ولم تعط المحكمة أهمية بالغة للقضية الأمر الذي أدى إلى تمادي السياسيين في تهديد وتضييق

الخناق على الصحفيين المتتبعين للأخبار.

كان الإعلام في جورجيا بعيداً عن المساءلة القانونية ولكنه تعرض لمضايقات مادية كبيرة استنزفت موارده. بشكل عام، أظهر الباحثون أنّ الإعلام الجورجي افتقر إلى الدعم الاقتصادي والاحترافية وعدم الاستقرار وتحكم السلطة في بعض المناطق. لذلك ظهرت عدة منظمات للدفاع عن حقوق حرية الصحفيين في جورجيا.

أرمينيا:

أجرت أرمينيا الانتخابات الحرة في عام ١٩٩٩، لكن في كانون الأول من ذلك العام أوصل أحد الصحفيين المختلين عقلياً عددا من الرجال المسلحين إلى البرلمان مما أدى إلى اغتيال رئيس المجلس وستة أعضاء في المجلس. بعد ستة أشهر من هذه الحادثة أشارت أصابع الاتهام إلى بعض السياسيين الأمر الذي أدى إلى خسارة الرئيس الأرميني في الانتخابات وفوز القوى المعارضة مما فتح بداية سياسة التغيير من أجل الانضمام لإتحاد الأوروبي.

وفرت وسائل الإعلام في أرمينيا مناخاً متنوعاً من الأخبار والآراء مع أنهم واجهوا صعوبات مادية قوية. حيث كانت معظم الوكالات الإخبارية ذات ملكية خاصة. فقد كان هناك ١٥٠ صحيفة تعمل بفاعلية، ١٠ بالمئة من هذه الصحف حكومية، بينما يوجد ٦ صحف يومية خاصة، بالإضافة إلى أكثر من ٩٠٠ وكالة للإعلام في عام ٢٠٠٠ فقط.

لم تكن أسعار الصحف أو تكاليف النشر عالية في أرمينيا لذلك لم تكن الصحف محل اهتمام التجارة حيث كانت وسائل الإعلام المرئية كانت أكثر شعبية وأكثر فاعلية تجاريا. ويوجد لدى أرمينيا ٣٠ محطة تلفزيونية محلية ووطنية و٦ محطات إذاعية، حيث تعتمد معظم محطات التلفزة على البرامج الحوارية والترفيهية والقليل من الأخبار.

لم يكتفي قانون الصحافة بانتهاك العديد من المعاهدات التي وقعتها البلاد لحماية حقوق الإنسان وإنما اعتبر الاتفاقيات التي توقع عالمياً لاغية للاتفاقيات الموقعة محليا. عموما لم تتدخل الحكومة في الصحافة بالرغم من سجنها العديد من الصحفيين المعارضين. ولم تعارض الصحافة مالكيها السياسيين ولكن بقي هنالك شيء بسيط من الصحافة الحرة التي تتبعت الحقائق.

عملت عدة وسائل للإعلام بفاعلية في أرمينيا على الرغم من أنها لم توظف صحفيين محترفين وإنما شباب خريجين. أما اتحاد الصحفيين الأرمينيين فقد استقدم عددا من الصحفيين المحترفين من السوفييت. أما في ما يتعلق بالإنترنت فقد وضعت هذه التقنية في أيدي الأغنياء ولم يسجل استخدامه إلا بنسبة ١ بالمئة من السكان غالباً في الجامعات.

أذربيجان:

بسبب الحكومة القوية التي حكمت أذربيجان، اعتمدت الدولة على حاكمها في التطور الذي عاني من مشاكل صحية في السنوات الأخيرة.

جذب الاحتياطي النفطي لأذربيجان الاستثمار الغربي مما جعل البلاد تتخطى الصعوبات الاقتصادية، لكنها بالرغم من ذلك بقيت تعاني من الحرب الغير منتهية مع أرمينيا. فقد كانت أرباح استثمار النفط جيدة للبلاد إلا أنها لم تصل إلى الشعب الذين عانوا من الفقر والاضطرابات الاقتصادية حيث تم استقدام لجان خارجية لمساعدة البلاد في الاستقرار الاقتصادي والسياسي.

وثق الناس بالإعلام بشكل كبير ولكنهم لم يستطيعوا تحمل نفقات الإعلام المطبوع من الصحف مما جعلهم يعتمدون على ما يشاهدونه في التلفاز أو ما يسمعونه مباشرة من المسؤولين حيث اعتبر التلفاز أكثر وسائل الإعلام مصداقية والراديو أقلها.

يوجد في أذربيجان ١٥١ صحيفة ١٤١ منها باللغة الازورية و١٠ منها باللغة

الروسية. اهتمت الصحف بالأخبار السياسية وأخبار الأعمال كثيرا وابتعدت عن التجارة والاقتصاد. أما الصحف المطبوعة باللغة الروسية فقد اعتمدت على أخبار الأعمال والإعلانات التجارية.

بسبب الفقر الذي عانته البلاد وجد الأذربيجانيون أنفسهم في ظروف صعبة اضطررت الشركات التي كانت تدعم الصحافة بإعلاناتها التجارية إلى الإغلاق مما جعل الصحف ترفع من معدل إعلاناتها.

يوجد في أذربيجان عددا من وكالات الأنباء ومنظمات الصحافة التي تضم أعدادا كبيرة من الأعضاء، لكن معظم الصحفيين كانوا غير محترفين ولم يتلقوا التدريب المناسب لذلك لم يتمتعوا بالموضوعية والاحتراف. لذلك قامت تلك المنظمات بطرح برامج تدريب للصحفيين وإعطاءهم الأفكار والأدوات المناسبة لتعليمهم كيفية جذب الإعلانات والقراء.

يوجد محطة واحدة تلفزيونية حكومية في أذربيجان تطرح البرامج الترفيهية والموسيقية وأخبار الرئيس وولده.بالإضافة إلى عدة محطات مستقلة أخرى في البلاد.

تعتبر المحطة الروسية الأكثر قوة وانتشارا في البلاد في عام ١٩٩٩ حيث بدأت بتطوير البرامج المحلية حتى أغلقت فجأة عام ٢٠٠٠ وأعلن مالكها في الذكرى الثانية لإغلاقها لجوءه إلى الولايات المتحدة بسبب الضرائب العالية جدا المتراكمة عليه. ثم حاولت الحكومة استقدام المحطات التلفزيونية الخارجية إلى داخل البلاد ولكن نظرا لغلاء أسعارها لم تقم الحكومة بذلك. مما دفع وزارة الإعلام والمعلومات ووزارة الاتصال بعمل أنظمة خاصة بالإعلام كما منحت الرخص لدور النشر والمحطات.

كانت الرقابة محظورة على الإعلام في عام ١٩٩٨ لكن الصحفيون كانوا يخضعون للرقابة الشخصية ومنعوا من سب الحاكم وشتمه أو إثارة أي من

قضايا التشهير. حتى جاء عام ١٩٩٩ حين فرضت الحكومة على الإعلام عدم نشر أي خبر أو معلومة إلا بعد الرجوع للحكومة.

استخدم الإنترنت كمصدر للمعلومات وازداد استخدامه يوماً بعد يوم. فتم افتتاح مقاهي الإنترنت التي تعمل ٢٤ ساعة يومياً كما انتشرت هذه الخدمة في الجامعات الحكومية والخاصة إلا إنّ توصيل الإنترنت إلى الناس في بيوتهم كان مكلفاً جداً مما جعلها تتوفر في الشركات مما زاد استخدام الإنترنت يوما بعد يوم.

آسيا الوسطى

(كازاخستان، قيركزستان، طاجكستان، تركمانستان، أوزباكستان)

كازاخستان:

لا يوجد إلا موقع كازاخستاني إلكتروني رسمي وحيد والسبب في ذلك هو دعم الحكومة والرئيس الذي سمى الكازاخستانيون أحد أشهر السنة باسمه وشهر آخر باسم والدته.

إنّ العائد الاقتصادي الكبير للنفط والثروات المعدنية أدى إلى جذب الكثير من المستثمرين الغربيين مما دعا الرئيس الكازاخستاني إلى تسمية بلاده بواحة الاستقرار، الأمر الذي أشعر المستثمرين بالأمان. إنّ العائد المادي الكبير للبلاد أدى إلى تسليط الضوء على الفقر المنتشر عند الشعب، الأمر الذي أوصل إلى الفساد والرشوة وحروب رؤوس الأموال الضخمة.

سمحت كازاخستان بالخطابات الديمقراطية التي كانت بعيدة كل البعد عن الواقع. فقد سيطر الرئيس وعائلته وعشيرته على كل مصادر الثروات في البلاد بما فيها الإعلام حتى أن ابنته الكبرى في عام ١٩٩٦ قامت بتملك وكالة الأنباء

الرئيسية في البلاد الأمر الذي أدى إلى إغلاق معظم الوكالات الأخرى.

عانت الصحافة في كازاخستان من التسلط وعدم احترام حريتها في منتصف التسعينات. فقد كان في البلاد وكالة أنباء رئيسية شعبية كبيرة ولكنها ابتعدت عن العمل بسبب التخويف والتهديد بالإحراق ومتابعة الضرائب الكبيرة مما انتهى بها الأمر ليشتريها أحد أشقاء زوجة الرئيس الكازاخستاني.

كانت حقوق حرية الصحافة مهضومة منذ عام ١٩٩٦ بشكل كامل من قبل الحكومة وساءت أوضاع الإعلام بشكل كبير حينها. فقد سنت الحكومة في عام ١٩٩٨ قوانين صارمة ضد حرية الصحافة، حتى جاء عام ١٩٩٩ حين اعتبر القانون أي معلومة تنشر في الإعلام تخص الرئيس أو عائلته بشأن أوضاعهم الاقتصادية أو استثماراتهم جريمة تعاقب عليها المحكمة.

في الوقت الذي وجد فيه أكثر من ٤٥ محطة إعلامية تتنافس و١٧ محطة تلفزيونية و١٥ إذاعية، كانت كلها تعاني من تسلط وسيطرة الحكومة. إلا أن القانون الجديد الذي سمح بتملك الأجنبيين لنسبة تصل إلى ٢٠ في المئة من وسائل الإعلام الأمر الذي أدى إلى ظهور بعض الدعم من جانب المعارضة للإعلام. إلا أن الرئيس اتهم الإعلام بإثارة الاضطرابات وحث على العمل ضد الإعلام.

نشرت منظمة حقوق الإنسان أربعة بنود استخدمتها الحكومة الكازاخستانية لتخويف الإعلام: قانون معاقبة التشهير بالحكومة، تعطيل وتهديد وكالات الإعلام بالضرائب والغرامات والجمارك، الرقابة الرسمية وغير الرسمية على ما يكتبه الصحفيين، وأخيرا العنف والإرهاب.

ظهر العديد من منظمات حماية حقوق الصحفيين في البلاد مدعومة من جمعية حماية حقوق الصحفيين العالمية في الولايات المتحدة الذي نادى بحرية الصحافة ودعا الحكومة لسن القوانين التي تحث على ذلك. كما

ساعدت هذه المنظمات وكالات الأنباء على الحصول على المعلومات ودعمت العمل على تدريب الصحفيين واحترافهم وأبعدت السلطات الحكومية عن التحكم بالإعلام. أما الإعلام الإلكتروني فقد قامت تلك المنظمة بدعمه والعمل على تطويره وتدريب الصحفيين في أمريكا على الأسلوب الأمريكي في الحصول على المعلومات الأمر الذي طور الإعلام وشجع الصحفيين الكازاخستانيين على التعلم من الغرب في طريقة اتصالهم بالعامة وكيفية الدعوة إلى الديمقراطية.

لم يكن للمعارضة أي وجود إعلامي صحفي مما جعلهم يلجأون إلى الإعلام الإلكتروني لتوصيل آراءهم للناس. وبالفعل استطاعوا انتقاد الفساد الذي تمثل في الرئيس وعائلته ودعوا إلى الديمقراطية الأمر الذي جعل الحكومة تمنع تصفح الإنترنت بشكل كامل عن البلاد.

جذب تصاعد الاعتداءات ضد الصحفيين الكازاخستانيين اهتمام لجنة حماية حقوقهم في واشنطن. فقد سجلت عدة حوادث مهاجمات وإحراق لمكاتب الأنباء، ومهاجمة أحد الصحفيين وضربه من قبل رجلي شرطة بشكل غير قانوني الأمر الذي أعتبر (هجوم تخويفي) كما تم تدمير مكتب وكالة أنباء معروفة بعد إرسال رسالة تهديد للوكالة تقول بأنه (لن توجد مرة أخرى) كما سجلت حوادث ضرب للعديد من الصحفيين وحادثة إحراق لمكتب أحد وكالات الأنباء.

قيرغزستان:

تعد قيرغزستان واحة للديقراطية بين مجموعة الدول المستبدة، ففي أوائل التسعينات اعتبر شعب قيرغزستان الأكثر ديمقراطية بين دول آسيا الوسطى حيث سمحت الدولة للبرلمان بنشر الخطابات كما أنّ الرئيس لم يكن من له علاقة بالشيوعية وقد سمح للإعلام بتوجيه النقد للحكومة دون التتبع الكبير لقضايا

الفساد، وقد عمل الرئيس القيرغزستاني كثيرا ليصل ببلاده إلى مستوى جاراتها.

على الرغم من أنّ قيرغزستان تعتبر أكثر ليبرالية من غيرها من دول آسيا الوسطى إلا أنها بدأت تبدو فيها علامات الديموقراطية.

فقد غطى الإعلام الكثير من الأنباء التي تخص الحاكم وأتباعه الأمر الذي جعلهم في رحمة بحيث تم إعفائهم من الضرائب وملاحقة المحاكم. لكن على الرغم من كل ذلك تعددت الطبقات الاجتماعية وتعددت الأنظمة ولذلك استمر وجود بقايا للصحافة المستقلة.

كانت معظم وسائل الإعلام القيرغسزتانية ملكاً للحكومة بما فيها ٧ صحف دينية ومحلية، كما يوجد أكثر من ٥٠ صحيفة ومجلة خاصة.

اتخذ الإعلام عدة مواقف بالنسبة للحكومة فالإعلام الحكومي دعم السلطة والحاكم أما الإعلام الخاص حاول الوقوف موقفاً وسطاً من الحكومة، ولكن بعض المتكلمين الخارجيين انتقدوا ذلك لكن ذلك لم يؤثر على تمتع الصحفيون برقابتهم الشخصية على أنفسهم. كما سنت الحكومة قانونا يسمح باستخدام الإعلام تجاريا فقط بنسبة ٢٠ بالمئة.

كانت مصادر الأنباء خاصة جدا في البلاد في أوائل التسعينات ولكنهم مع ذلك خضعوا للسلطة حيث حاولت الحكومة السيطرة على الصحافة المطبوعة بشكل كبير حتى امتلك أحد رجال الأعمال الذي كان مقرباً من الحاكم أكبر دار نشر في البلاد الأمر الذي سمح للحكومة بالسيطرة التامة.

يوجد في قيراغزستان ١١٤ محطة إذاعية مستقلة أغلبها تبث برامجها من العاصمة وتصل موجاتها إلى أغلب المناطق في البلاد إلا بعض المناطق الجبلية. جميع المحطات التلفزيونية والإذاعية تحصل على رخص رسمية من الحاكم ووكالة الأنباء الحكومية حتى تستطيع مزاولة مهنتها.

احترمت البلاد حرية الإعلام نوعا ما لكن مع بعض التحفظات، فلا يزال نشر أسرار الدولة يعتبر أمراً غير قانوني، كما يمنع نشر أي معلومات خاطئة حتى وإن نسبت لكاتبها، بالإضافة إلى منع التشهير أو تصغير كبار الدولة ومنع نشر أي مقالات تحض على الحرب أو النزاعات التعصبية الدينية أو العرقية.

تحدت صحيفة ريس بابليك التي استحوذت على نسبة تداول وصلت إلى ١٠,٠٠٠ الحاكم والحكومة مما عرضها للمساءلة من قبل المحكمة ووصل الوضع بمسؤوليها بأن تم احتجاز مالكها ومعدي التقارير فيها ورئيس تحريرها في السجن لنشرهم قصص وتقارير ضد الحكومة.

كما تم احتجاز صحفيون آخرون في السجن لنشرهم أسرارا للدولة أو لتأليف قصص مغلوطة عن الحكومة. أما الصحف التابعة للأحزاب المعارضة فقد تعرضت للغرامات المادية والضرائب العالية.

اصدر الحاكم قوانين جديدة صارمة في عام ١٩٩٨ بحق الإعلام استبعد فيها ثلاثة صحف يومية ولكنها استعادت نشاطها عام ١٩٩٩ حيث كانت التهم الموجهة إليها نشر قصص غير واقعية اعتمدت على الإشاعات.

واجه الإعلام صعوبات مادية وسياسية في عام ٢٠٠٠ أثناء فترة الانتخابات فقد نشرت المقالات الساخرة والناقدة وأثيرت مواضيع تخص الجرائم والقضايا والغرامات والضرائب وقللت بعض الصحف الخاصة من نشاطها دون تدخل الحكومة إلا أنّ الإجراءات التي اتخذت بحق المعارضين من خارج الصحف أدت إلى ذلك.

أما استخدام الإنترنت فقد كان معدوما تقريبا وذلك بسبب الفقر وطبيعة البلاد الجبلية نوعا ما الأمر الذي منع من وصول الإنترنت إلى الناس فقد سجلت نسبة متصفحي الإنترنت من السكان نسبة ٠,٤ من كل ١٠٠٠ نسمة ولم تضع الحكومة أي قوانين تحكم استعمال الإنترنت.

طاجكستان:

انتعشت طاجكستان في نهاية التسعينات بعد معاناة خمس سنوات من الحرب الأهلية حيث نص الدستور الطاجكستاني على حرية الإعلام بالرغم من كثرة الاختراقات والتجاوزات لهذا القانون الذي أدى إلى إحكام الخناق على الإعلام المطبوع والخطابات بينما نادراً ما كان يسمح للصحفيين والشعب والمعارضين بطرح آرائهم، فالإعلام يحتاج لرخص رسمية مما جعل الكتاب والصحفيين يمارسون الرقابة الشخصية على أنفسهم خوفا من انتقام الحكومة منهم.

يوجد في طاجكستان ٢٤٥ صحيفة منها ٤ حكومية و٢١ خاصة و٦٤ متعددة منها دينية واجتماعية وغيرها لكن لم يوجد صحف يومية بسبب المصاعب المادية وكانت الصحف المستقلة كانت تطبع في العاصمة.

تتحكم الحكومة بكل الإعلام المطبوع لذلك حاولت الصحف بكل ما تملك من قوى أن تستقل عن الحكومة. لكن نظراً لتسلط الحكومة وارتفاع تكاليف الطباعة والنشر كانت الصحف لا تستطيع النشر بشكل دوري.

يعتبر التلفاز والراديو أكثر وسائل الإعلام انتشاراً في طاجكستان بالرغم من كونها مملوكة، حيث لم يسمح للمحطات الخارجية بالبث داخل البلاد ما عدا المحطة الروسية التي استحوذت على ٧٨ بالمئة من المشاهدة في البلاد.

إزداد استخدام الإنترنت بشكل ملحوظ حيث يعود الفضل لمنظمة تطوير آسيا الوسطى الأمريكية. حيث يوجد في طاجكستان ٥ مزودي خطوط للانترنت معظم مستخدميهم من الأجانب.

والسبب هو غلاء تكاليف استخدام الإنترنت فإن نسبة السكان المستخدمين غير واضحة ولكن ما سجل هو أن نسبة متصفحي الإنترنت وصلت إلى ثلاثة بالمئة من الواحد بالمئة من السكان فقط.

اعتاد الصحفيون المستقلين على التهديد والتخويف إذا ما تتبعوا للقضايا أو المعلومات الممنوعة من قبل الحكومة وسجلت عدة حوادث عنف ضد الصحفيين. لذلك حاول الكتاب ودور النشر الابتعاد عن مواضيع الانتقاد للحكومة ومعارضة آرائها.

تركمانستان:

لا يوجد في تركمانستان إعلام خاص على الإطلاق حيث تمتلك الحكومة كل وسائل الإعلام المطبوعة والمرئية حتى التي كانت من بقايا الإتحاد السوفيتي كلها نقلت ملكيتها للحكومة.

يوجد في تركمانستان ٢٣ مجلة حكومية و١٤ صحيفة ومجلتين وصحيفة واحدة تطبع باللغة الروسية وصحيفة واحدة باللغة التركية.وتوجد معظم دور النشر في العاصمة بينما تتواجد الصحف الغربية والروسية في الفنادق.

تمتلك الحكومة محطتين تلفزيونيتين احدهما باللغة الروسية والتركية والثانية باللغة التركمانية. وتمتلك محطة إذاعية واحدة وطنية عبر البلاد. ولا توجد محطات مستقلة ما عدا محطة واحدة ذات موجات قصيرة لكن العاملون بها تعرضوا للتخويف والضرب مما أدى إلى إغلاقها.فلم يسمح للإعلام بطرح آراء المعارضة نهائيا فالأخبار التي تبثها المحطات هي نشاطات وأخبار الحكومة وكيف أنّ الرئيس وآرائه حكيمة وتصويره على أنه الأب الروحي للبلاد وتم السماح ببث الانتقادات تلك فقط التي يوجهها الحاكم لعمل حكومته على شاشة التلفاز. كما تم السماح لعدد قليل جداً من الصحفيين الأجانب بالدخول إلى البلاد وكانوا خاضعين للمراقبة من قبل أجهزة الأمن طوال فترة وجودهم.

تم حل جميع المنظمات التي نادت بحرية وحقوق الصحفيين والصحافة بموجب مرسوم رئاسي تم تشكيل منظمات حكومية أخرى بدلاً عنها منها:

منظمة حماية حقوق الإعلام في آسيا الوسطى ومنها منظمة الصحفيين الشباب ومنظمة الصحفيات. وفي عام ١٩٩٩ حطمت الشرطة مبنى منظمة خاصة جديدة حاولت التشكل.

إنّ استخدام الإنترنت قليل جداً بسبب فقر البلاد للمصادر الإعلامية ففي عام ٢٠٠٠ أغلقت الحكومة خطوط الإنترنت القليلة المتوفرة في البلاد مما جعل من الصعب جدا على رجال الأعمال تصفح واستخدام الإنترنت وسجل عدد المستخدمين بنسبة ٤,٥ من كل ١٠,٠٠٠ من السكان. سجلت منظمة الأمن والتعاون الأوروبي أن الإعلام في تركمانستان مغيب تماما لأنه لا يوجد إعلام مستقل نهائيا والحكومة لا تقبل الحوار والنقاش في تلك المسألة.

أوزباكستان:

لازالت أوزباكستان تخضع للنظام السوفيتي على الرغم من أن دستور البلاد ينص على حماية حقوق الإنسان إلا أن الواقع يصف عكس ذلك تماما من هضم لحقوق البشر في أوزباكستان.

عانت الصحافة من صعوبات ومعوقات كبيرة بسبب ظروف الحكومة وتسلطها في أوزباكستان فقد تمت مراقبة المعلومات اليومية بشكل تام ومصادر المعلومات كانت محدودة جدا.

يوجد في البلاد ٤٧٧ صحيفة و١٣٦ مجلة و٤ وكالات للإعلام، وتعمل العديد من دور النشر المستقلة في العاصمة لكنها تركز على أخبار الأعمال وتتداول بشكل ضئيل حيث تتحكم الحكومة بكل الصحافة المطبوعة وتمنع أي طرح لآراء معارضة لها.

يوجد في أوزباكستان ٢٥ ستوديو تلفزيوني ومحطتين إذاعيتين وتحتاج وكالات الإعلام لرخص رسمية صعبة التحصيل فقد أغلقت العديد من المحطات بسبب صعوبة الحصول على الرخص من الحكومة.

يعد الشتم والتشهير بالحاكم والتقارير المغلوطة جرائم حسب دستور عام ١٩٩٧ يعاقب عليها القانون بتغريم غرامات عالية أو حتى السجن. كما انتقدت الحكومة بعض الصحفيين الأجانب الذين كانوا يحضرون تقارير خارجية للصحف وأجبرتهم الحكومة في نهاية المطاف على مغادرة البلاد.

سجلت قضية ضد أحد الصحفيين الشباب الذي عرف بتقاريره الساخرة من الحكومة فوضع في السجن لأكثر من سنة حتى تم البت بقضيته وتذنيبه والحكم عليه بالسجن لمدة ١١ عاما.

مشاكل الصحافة الروسية المعاصرة والفرص المتاحة:

تطورت الصحافة الروسية بشكل كبير خلال العقدين الماضيين وقد كان هذا التطور انعكاسا لتطور الاقتصاد والسياسة والأنظمة الاجتماعية. فالصحافة اليوم في روسيا تتبع فلسفة جديدة تعتمد بشكل جذري على العادات والتقاليد والتغيير الكبير الذي حصل في البلاد خلال النظام السوفيتي وما بعده اثر بشكل كبير جدا على الصحافة مع بداية القرن الواحد والعشرين.

تطور الإعلام في الروسيا بثلاثة مراحل: ما قبل الإتحاد السوفيتي وكانت بداية ظهور الصحافة. وامتدت هذه المرحلة من القرن التاسع عشر وحتى بدايات القرن العشرين. المرحلة الثانية هي خلال سيطرة الإتحاد السوفيتي. والمرحلة الثالثة هي فترة حكم غورباتشوف وما بعد الإتحاد السوفيتي.

وجدت الرقابة الإعلامية في روسيا منذ وجود وسائل الإعلام حيث كانت شديدة في بدايتها فالحكومة كانت تقوم بقراءة الصحف والمجلات بشكل يومي وتقدم التعديلات وتجبر الصحافة على تغيير التفاصيل التي تراها غير مناسبة. مما جعل العديد من الصحف وتم استبعاد الكثير من الصحفيين من البلاد ومنهم من اتجه إلى سيبيريا بحثا عن الهدوء والتفكير النقي ومع ذلك كانوا تحت المراقبة.

اتخذت الصحافة الروسية المعاصرة نظاماً عملاقاً وأنشأت إعلاماً مستقلا بذاته، ومن أهم مميزات الإعلام في مرحلة ما بعد الإتحاد السوفيتي هو توفر المصادر الإنسانية والمادية والمعلوماتية التي سهلت بشكل كبير عملية إعادة هيكلة الإعلام. وكانت الصحافة امتدادا لظهور الإعلام الإلكتروني نتيجة للتقدم التكنولوجي والانفتاح.

الإعلام المطبوع:

على الرغم من أنّ الروسيين أنشأوا صحافتهم المستقلة إلا أنهم احتاجوا إلى دعم المنظمات الغربية للصحفيين. فقد أنشأ بعض الصحفيين الروسيين منظماتهم الخاصة لحماية الصحافة والإعلام فقد اهتم الناس في روسيا بكل مستوياتهم في الأخبار وقراءة الصحف حتى الشباب والأطفال الذين اهتموا بالصحافة حيث وجدت لهم المجلات الخاصة بهم.

تدنى مستوى تداول الصحف في العشر سنوات الأخيرة في روسيا بنسبة ٣٥ بالمئة بينما وارتفع مستوى دور النشر إلى ٢٠ بالمئة.فقد تغيرت ظروف النشر والتداول للصحف بشكل متفاوت، ففي عام ١٩٨٩ الوقت الذي وجدت فيه ٣٤ صحيفة كان منها ١١ صحيفة تطبع يومياً و١٥ صحيفة أسبوعية في حين أنه عندما وجدت ٣٣٣ صحيفة في عام ٢٠٠٠، كان ٢٦ صحيفة منها فقط تنشر يوميا و١٠٠ أسبوعيا و١٨٣ شهريا. وفي عام ٢٠٠٠ كان هنالك ٥,٤٢٥ صحيفة توزع إقليميا.

انقسمت الصحافة الروسية لعدة أقسام منها المحلية والسياسية والاقتصادية والترفيهية والدينية واعتمدت على القوانين التي كانت متبعة أيام الإتحاد السوفيتي.

وعانت المجلات من المصاعب المادية الكبيرة في حين نجحت المجلات في إظهار شعبية كبيرة أيام الإتحاد السوفيتي وأبرزت دور المرأة الروسية بينما تجد في أيامنا هذه المجلات الروسية أكثر المجلات تداولا في الغرب.

الإعلام المرئي والمسموع:

استمر الإعلام المرئي واثبت وجوده خلال حكم الإتحاد السوفيتي وكذلك استمر بعده وتوسعت نطاقاته وتطور بشكل ملحوظ بعد انحلال الإتحاد.

دخل التلفاز إلى روسيا في ثمانية مدن إقليمية بعد إنحلال الإتحاد السوفيتي. فهناك ٧٣ بالمئة من السكان امتلكوا التلفاز الملون في بيوتهم منذ عام ١٩٩٣ بل إنّ بعضهم امتلك أكثر من تلفاز في المنزل الواحد. ويوجد هناك أكثر من ٥٠٠ محطة تلفزيونية مسجلة رسميا في روسيا اليوم منها محطة الأنباء الرئيسية التي تشاهد من قبل ١٤ مليون مشاهد يوميا.

معظم الإعلام المرئي حاليا في روسيا هو حكومي. فكل إقليم من أقاليم روسيا له حكومته المستقلة وله محطته التلفزيونية المستقلة أيضاً وكل إقليم يسن القوانين الخاصة به التي تحكم ما يعرض على شاشات التلفاز ولان التلفاز هو وسيلة الإعلام الأكثر شيوعا ووصولا للناس فقد اهتمت الحكومات بمراقبة كل ما يعرض عليه.

الراديو أيضاً كان من وسائل الإعلام التي استمرت بالانتشار والتطور في روسيا فهناك العديد من المحطات المستقلة والوطنية استمرت بالنشوء بل إنّ بعض المحطات استحوذت على أعلى نسبة من المستمعين وصلت إلى ١٨٠ مليون مستمع.

الإنترنت:

يوجد في روسيا أكثر من ٦٠٠,٠٠٠ مستخدم للانترنت في عام ١٩٩٧ واستمر هذا الرقم بالارتفاع مع مرور الوقت حيث انتشر الإنترنت في أكثر من ٢٠٠٠ مدينة ووصل عدد مستخدميها إلى ٢٧ مليون مع نهاية عام ٢٠٠٢. إلا أنه لا زال توجد بعض المشكلات في تصفح الإنترنت.

تعد مقاهي الإنترنت من أكثر الأماكن شعبية في روسيا ولا يوجد في روسيا أي نوع من أنواع استخدام الإنترنت منزلياً، فحتى الدوائر الحكومية والجامعات والمكتبات لا تملك خطوطا سريعة للانترنت وذلك لعدم قدرتهم على دفع تكاليفها.

تعليم الصحافة في روسيا:

خلال الإتحاد السوفيتي كان تدريس الإعلام يرتكز على قاعدة صلبة وشاملة. فقد اهتم السوفييت بنشر الشيوعية وإظهارها للعالم وكذلك الأمر مع الليبرالية. فاهتموا بتدريس الصحفيين وجعلهم مثقفين أكثر منهم محترفين. خلال الإتحاد السوفيتي كانت معظم الجامعات الكبيرة تدرس الإعلام وتنشئ جيلاً من الصحفيين المتمرسين وتهيئهم للعمل في وسائل الإعلام المحلية.

اتخذ تدريس الإعلام في الجامعات الروسية مساراً رائعا وممتعا للطلاب لأن أعضاء الهيئة التدريسية تمتعوا بالانفتاح وطرح النقاشات المفتوحة ومشاركة الآراء ف.العديد من أعضاء الهيئات التدريسية الإعلامية كانوا على صلات بوسائل الإعلام وكانوا يعلمون الطلاب بكل جديد ومفيد لهم على أرض الواقع في دراستهم ويشاركوهم الآراء والأفكار.

في بداية القرن الواحد والعشرين واجهت الجامعات الروسية عدة مشاكل في تدريس الإعلام منها ترك أعضاء الهيئة التدريسية الجامعات للبحث عن أعمال برواتب أعلى الذين وصل بهم الأمر في نهاية التسعينات وبصعوبة بالغة استطاعوا تأمين النفقات التي تعينهم وأسرهم على العيش. أما في أيامنا هذه فأعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الروسية يعملون بدوام كامل في التعليم بالإضافة إلى عملهم في وكالات الأنباء والإعلانات التجارية ومحطات التلفاز حتى يساعدوا أنفسهم على العيش الكريم.

بعد تقاعد رئيس هيئة التدريب في الإعلام أخذ مكانه أحد الصحفيين

الشباب من الخريجين الجدد فافتقر إلى الخبرة والعمل والتجربة. كما أنّ العديد ممن يعملون في الإعلام الروسي اليوم جاؤوا من أماكن مختلفة لا يعرفون الأعراف الروسية ولا تقاليد البلاد حيث تم استبدال النموذج السوفييتي للإعلام بالنموذج الغربي مع الوقت. لذا توجهت أغلب وسائل الإعلامي إلى تفضيل توظيف الصحفيين الجدد عديمي الخبرة وذلك لسهولة انقيادهم وراء النموذج الغربي في الإعلام.

أفتقر الصحفيون الروسيون بشكل عام إلى التدريب الجاد والاحترافية في العمل، الأمر الذي جعلهم يتعلقون بالطريقة والأسلوب الغربي في نقل التقارير وطرق توصيل المعلومات للناس. وافتقرت الجامعات الروسية إلى المعلمين ذوي الخبرة الروسية الأمر الذي أدى إلى ركاكة تدريس الإعلام في الجامعة مما جعل العديد منه طلاب تخصص الإعلام إلى التوجه إلى عدة منظمات لحماية حقوق وحرية الإعلام للتدريب الأمر الذي جعلهم أكثر معرفة بحقوقهم وحرياتهم.

مشاكل الصحافة الروسية المعاصرة:

من برز المشاكل التي واجهت الصحافة المعاصرة في روسيا هي التأثر بالسياسة والاستقلال الاقتصادي والتحديات الأخلاقية والرقابة الذاتية.

تأثير السياسة:

عرفت حرية التعبير وأخذت حقها ووصلت إلى أعلى المراحل في روسيا في الفترة بين ١٩٨٩ و١٩٩٢. بعد ذلك تأثرت هذه الحرية بالسياسة فطالب السياسيون الصحافة بإتباع الشيوعية حتى تم اعتبار الرئيس الروسي بوتين من العشرة الأوائل الأعداء لحرية التعبير في عام ٢٠٠١. هذا ولقد دعا بوتين إلى إنشاء صحافة مستقلة ويرر موقفه من حرية التعبير بأنه يشجع الإعلاميين على العمل أكثر فأكثر لإنشاء صحافتهم المستقلة خصوصاً أنه غالبا ما اتخذ السياسيون

مواقف حازمة جدا مع وسائل الإعلام فتم إغلاق بعض الصحف لعدم تجديد رخصها وعدم متابعة القوانين المستجدة وغيرها من الأسباب الواهية.

لكن السؤال الذي يطرح نفسه هو لماذا عندما يتم تعديل قانون حماية حرية التعبير يتم إغلاق بعض الصحف أو تغريمها مبالغ طائلة مما يدعوها إلى إعلان إفلاسها ؟

الاستقلال الاقتصادي:

بدأت المشاكل الاقتصادية الكبيرة في الظهور في روسيا عندما بدأ الإتحاد السوفييتي بالانهيار اقتصاديا في أوائل التسعينات. فقد عانت العديد من وسائل الإعلام في سبيل بقائها على الساحة الإعلامية بسبب المشاكل الاقتصادية مما جعل بعض الصحف مرتبطة بالحكومة بشكل كبير حتى تستطيع تجاوز المحنة الاقتصادية التي تمر بها البلاد.

من المشاكل التي عانت منها الصحافة المستقلة هي أنها اضطرت لدفع تكاليف أعلى لشراء الورق، والمشكلة الثانية هي منع استقدام موظفين من المنظمات الخارجية خارج البلاد الأمر الذي لم يساعد المنظمات الدولية على دعم الإعلام.

استمرت المشاكل الاقتصادية في روسيا بسبب تحكم السلطة بكل الموارد الاقتصادية في البلاد. وأكثر فأكثر استحوذت الأقليات على الإعلام حتى حصلت حروب معلوماتية بين أكبر أقليتين فكانت هذه الحرب من أكثر المواضيع تداولاً لدى الصحافة في روسيا لمدة طويلة.

مسألة الأخلاقيات:

كانت مسألة الأخلاقيات من المسائل المتداولة على الساحة الروسية والموضوع الأبرز الذي يجعلها مشكلة هو ما يسمى بالروسية (zakazukha) ومعنى ذلك ادفع ليتم نشر ما تريد. وهذا ما نص عليه الدستور الروسي بشكل

رسمي وأصبح أمرا ممارسا بشكل أكبر وأكثر في الأوساط الإعلامية. تنامي هذه المشكلة يعود إلى سياسة الدعاية غير المحترفة التي اتبعتها الحكومة الروسية.

إلتزم أغلب الصحفيين باللوائح والقوانين الأخلاقية التي تحكم عملهم لكن أغلبهم اضطروا للعمل في ال(zakazukha) وذلك بسبب رواتبهم الضئيلة فلا يتجاوز راتب الصحفي الذي يعمل في دوام كامل في صحيفة حكومية ال٢٠٠ دولار شهريا وقد يقل عن ١٠٠ دولار.أما الصحفيين في موسكو الذين يعملون في صحف ومجلات أجنبية فقد كانت رواتبهم عالية وتكفيهم ولا يحتاجوا إلى العمل بنظام ال(zakazukha) لأن رواتبهم تساوي راتب أي موظف كبير في شركة كبرى. اتسعت نفس المشكلة لاحقاً حتى وصلت إلى الإعلام في موسكو.ولم تحل العديد من المشاكل مع الوقت لسببين أولهما الضعف الاقتصادي المادي وثانيهما تدني مستوى المعايير الأخلاقية. أما المنظمات الخارجية التي كانت تعمل على حماية حقوق الإعلام حاولت الحد من مشكلة دفع المال مقابل النشر وقد لاقت بعض الإقبال من الصحفيين في بداية الأمر لكنها لم تأخذ حقها من الاهتمام الحقيقي لاحقا.

الرقابة الذاتية:

الرقابة الذاتية تعد ظاهرة في الإعلام الروسي ظهرت في أواخر التسعينات بعد انحلال الإتحاد السوفييتي حيث كان سبب ظهورها تعرض بعض الصحفيين للاعتداء بعد تعقبهم لبعض القضايا السياسية. فالرقابة الذاتية أصبحت أكثر انتشارا لدى الصحفيين الذين يفضلون البعد عن المشاكل.

كانت الرقابة الذاتية توقف الصحفيين قبل أن يبدأوا تحقيق أو تتبع أي قضية سياسية أو كتابة أي تقرير وذلك خوفاً من المتابعة السياسية أو التضييق الاقتصادي أو التعرض للعنف. فقد كان الصحفيون يخافون التدخل في أي قضية جنائية أو تتبع أي معلومات تخص متورطين بجرائم معينة. وقد سجلت

أكثر من حادثة قتل لصحفيين تتبعوا قضايا جنائية في ظروف غامضة وسجلت قضاياهم ضد مجهولين. أما اليوم فإن الصحافة تهتم بأخبار الفن والفنانين والغناء والترفيه والكوارث الطبيعية والحوادث.

الحقيقة المرة في الصحافة الروسية هي أنّ معظم الصحف اتخذت مبدأ التيبلويد الغربي مما جعلها تفقد الكثير من احترافيتها ومصداقيتها وجودتها. حتى أنّ أحد الصحف الكبرى التي كانت خلال الإتحاد السوفييتي تعتبر الصحيفة الأكثر تداولا بين الشباب أصبحت الأقل انتشاراً والأقل جودة واحترافية وتداولاً بعد إتباعها للنموذج الغربي. وقد أظهرت الأبحاث تدني مستوى الصحافة في روسيا الأمر الذي أصبح واضحاً للعيان حيث احتل التلفاز المركز الأول بين وسائل الإعلام الروسية مصداقية يليه الإنترنت.

حرية التعبير في وسائل الإعلام الروسية:

تعتبر حرية التعبير أمر مستجد في الإعلام الروسي وله تاريخ قصير لكنه حافل. فقد ارتبطت حرية الكلام في روسيا بحرية التعبير الأمر الذي قام ببحثه العديد العديد من الباحثين إلا أنهم لم يستطيعوا التوصل إلى أساسيات احترام حرية التعبير في روسيا بعد الإتحاد السوفييتي ويعود ذلك إلى التحفظ على مصادر المعلومات فيها. إلا أنهم اثبتوا أن الإعلام المستقل وحرية التعبير كانت واضحة أكثر خلال حكم الإتحاد السوفيتي أكثر منها بعده.

الجوانب القانونية لحرية الإعلام:

التقى الدستور الروسي مع الدستور الأوروبي في عدة نقاط منها احترام حرية الإعلام وحظر الرقابة عنه. وحرية التعبير للشعب. هذه القوانين دعمت من قبل المجتمع الأوروبي ولكنها لم تطبق عمليا في روسيا فيما يخص حرية الإعلام.

كانت ديمقراطية الإعلام في روسيا ضئيلة جدا خاصة فيما يخص ما ينشر فقد سن الدستور العقوبات الصارمة على أي تقرير ينشر فيه تشهير أو تقليل

من أي شخص مهم في الدولة، وما يمارس بحق الأشخاص يمارس في حق المنظمات أيضاً. كما نص القانون الروسي على أنّ أي معلومة عن أي شخص في الدولة تنشر بدون الأدلة الواضحة والموثقة التي تثبت ما تم نشره فإنه سيتم نشر ما ينافيه مع الاعتذار في نفس الصحيفة وبنفس الطريقة. كما نص القانون أيضاً على أنّ أي صحفي يستطيع التعبير ونشر آراؤه إلا أنّ هذا القانون لم ينفذ على ارض الواقع كما وضحنا في الفقرات السابقة. ونص القانون أيضاً على حماية حرية وحياة وأملاك وصحة الصحفيين والإعلاميين ماداموا ينفذون أعمالهم الرسمية. وهذا القانون أيضاً لم ينفذ بأي شكل من الأشكال في روسيا ولم يطبق بشكل كامل ولا جزئي.

الجوانب العامة لحرية الإعلام:

طالب الروسيون بحرية الإعلام منذ بداية القرن الواحد والعشرون، ودافعوا عن حقهم في حرية التعبير والكلام والصحافة. أما في أيامنا هذه فقد تضاءلت حرية الإعلام أكثر فأكثر وظهر غياب القانون فعلياً عن الدفاع أو دعم حرية الإعلام. بل اضطهد الصحفيون المعارضون وتعرضوا للكثير من المصاعب المادية والمعنوية والعضوية ما أدى إلى ظهور الرقابة الذاتية حتى يبتعد الصحفي عن المشاكل.

هذا وقد أظهرت الدراسات وجود عنف ممارس ضد الصحفيين واستمرار الضغوط الحكومية على الصحف ووسائل الإعلام سواء المادية أو المعنوية.

المشكلة الكبرى التي نتجت عن كل ذلك هي أن الصحافة التي تعد القوة الرابعة في روسيا لا تملك أي صلاحية أو مكان أو رأي يعتبر لدى الحكومة الأمر الذي أدى إلى فقدانها لمصداقيتها وقلة أعداد القراء من الشعب لأنهم لا يثقون بها على الإطلاق. كل ذلك نتج عنه يأس الصحفيين من المطالبة بحقوقهم وحريتهم في التعبير بعد كل ذاك الاضطهاد والضغط مع مرور الوقت.

يلاحظ أن القانون الروسي مليء بالتناقضات بين الحرية والإعلام، ونصوص الدستور والقانون يزيد الأمر سوءاً. فحرية الصحافة والمتاعب الاقتصادية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً ببعضها البعض. ومحاولة إسكات الإعلام سياسيا واقتصاديا يعيق تقدم الدولة اقتصاديا وديمقراطيا، وكما قال بعض الباحثين بأنه على الرغم من وجود السوق الحرة في روسيا إلا أنها ما زالت تفتقر إلى الصحافة الحرة.

المشكلة الكبرى في روسيا اليوم هي الفساد وإسكات الإعلام عنه، الأمر الذي جعل من الرقابة الذاتية ظاهرة إعلامية.بل الأهم من ذلك كله هو أنّ دعاة الديمقراطية في روسيا هم الآن في خطر أكبر بسبب التهديد الذي يواجهونه بدعوتهم إلى حرية التعبير والكلام والإعلام في البلاد.

إيران:

برز الصراع بين القوى الحاكمة وحرية الصحافة الإعلامية في إيران، وفي ظل غياب القانون المتحكم بالمعارضة فإن العديد من الصحف الإيرانية الخاصة المعارضة رفعت من مستوى القلق لدى الشعب. واستخدمت الصحافة كأداة رئيسية للتعبئة العامة.

ولكن لم تكن هذه هي القضية الرئيسية في حرية الصحافة، فعندما خسر المحافظون الانتخابات في عام ٢٠٠٠ للمرة الأولى منذ ١٩٧٩ تبين لهم أن الحرية الإعلامية كانت سببا في خسارتهم بنشر الثقافات الغير إسلامية فحاولوا الاتحاد ضد الصحافة التي تعد البوابة المفتوحة للثقافات.

أصدر وزير الثقافة والإرشاد الإسلامي بيانا قال فيه أنه يشجع الانفتاح على الثقافات الأخرى وهذه القضية تم دعمها من قبل الرئيس خاتمي وأنصاره.

منحت الحكومة الجديدة الرخص للعديد من الصحف الممنوعة سابقاً. وبدأت الصحافة تأخذ مكانها وسلطتها من جديد. ولكن في الوقت الذي كانت

الصحافة تأخذ مكانتها وحريتها كانت تتعرض للتغيرات السياسية في قوى الحكم الإيرانية. وهنا فرض المحافظون رقابتهم على كل ما ينشر في الصحف بشكل يومي عام ١٩٩٩ كما أغلقت عدد من الصحف باسم القانون. وتمت معاقبة العديد من الصحفيين باسم القانون أيضا. وعندما تسلم أية الله الخميني الحكم عام ٢٠٠٠ تم تحذيره من قبل المحافظين من أخطار الصحافة الحرة الأمر الذي أدى إلى تشديد الرقابة منه أكثر فأكثر عليها.

إسرائيل:

مرت الصحافة في إسرائيل بعدة مراحل من التطور، فالصحافة القديمة كانت مسيطر عليها اقتصاديا وسياسيا من قبل الحكومة وبعض الأحزاب السياسية. انتشرت المئات من الصحف حينها باللغة العبرية في الفترة بين عام ١٩٨٠حتى ١٩٩٠ ثلاثة منها فقط كانت دينية بحتة ولكنها لم تروي عطش القراء المتدينين ولم تبرز قيمهم ومبادئهم.

عرفت إسرائيل كدولة نتيجة هجرة اليهود إلى فلسطين عام ١٩٤٨ وكانت تلك الهجرة من كل بقاع العالم الأمر الذي كان واضحا في الصحافة فقد نشرت في إسرائيل ١٢ صحيفة أجنبية بكل اللغات الرئيسية في العالم منها ٤ روسية و٢ رومانية ووواحدة عربية وانجليزية وبولندية وهنغارية وأديشية وألمانية. وأكثر الصحف التي كانت تتعرض للرقابة والتشديد هي تلك التي تنشر باللغة العربية وذلك نتيجة للصراع العربي الإسرائيلي.

الأخبار السياسية وأخبار الأمن والقوات المسلحة والجيش كانت أبرز الموضوعات التي تنشر يوميا في إسرائيل واستمر ذلك حتى عبر المصريون قناة السويس وقامت الحرب الثلاثية على مصر ثم بعد ذلك المقاومة اللبنانية ضد إسرائيل الأمر الذي هز سمعة وكيان الأمن الإسرائيلي الداخلي لدى العامة ونتيجة لذلك منعت الحكومة نشر أي أخبار تخص الأمن والجيش الإسرائيلي.

بعض الصحفيين الإسرائيليين عاشوا مع الفلسطينيين وشهدوا الصراع على أرض الواقع ومنهم أميرة الحص التي وقفت موقفا محايدا بين كلا الدولتين ولكنها تعرضت للسجن والإبعاد من قبل الحكومة الإسرائيلية لنشرها تقارير تدعم الفلسطينيين وتظهر حقهم بالأرض والدولة.

بدأت إسرائيل تتعرض للانتقاد من المجتمع الدولي حول تعاملها مع الإعلام المحلي ورقابتها وسلطتها عليه ففي الفترة من عام ٢٠٠٠ حتى ٢٠٠٢ تعرض ٦ صحفيين للقتل و٥٩ غيرهم تعرضوا للمهاجمة والأذى.

تركيا:

يوجد لدى تركيا قاعدة صحفية قوية وحرة، ففيها أكثر من ٧٠٠ صحيفة محلية تنشر يوميا أو دوريا، لكن الصحف اليومية منها توزع بما يصل إلى ٥٠٠ إلى ١٠٠٠٠ نسخة. وأدى تطور التكنولوجيا إلى تنامي أعداد الصحف التي تنشر يومياً وأسبوعياً من ١٠٠٠٠ إلى ٥٠٠٠٠ نسخة. وتتمتع الصحف بحرية إلى حدا ما. فيظهر الانتقاد للحكومة بشكل يومي في الصحف ويسمح الدستور بذلك ولكن أحيانا ما تحجم الحكومة تلك الحرية.

سمح الدستور في عام ١٩٩١ لبعض الصحف بالنشر باللغة الكردية وكذلك البث لبعض المحطات التلفزيونية.الأمر الذي أظهر نية الحكومة بإعطاء المزيد من الحرية للإعلام على الرغم من خوف الحكومة من الانقسام الإقليمي بسبب تعدد الأحزاب والأقليات فمنها الأكراد الإسلاميين والحزب اليساري.

بالرغم من أنّ التلفزيون التركي بدأ بداية بطيئة كمؤسسة حكومية في عام ١٩٦٨ إلا أنه استطاع الانطلاق بسرعة منذ بداياته وتمت خصخصته لاحقاً، فقد تم انضمام قناة TRT-٢ إلى القناة الأولى TRT-١ في عام ١٩٨٦، ثم مع حلول عام ١٩٩٢ كان هناك ما لا يقل عن خمس محطات تلفزيونية تعمل بالإضافة إلى المحطتين السابقتين، كما تم دخول بث الأقمار الصناعية في فترة

الثمانينات عن طريـق الأطباق اللاقطة التـي امتلكها الناس حينهـا. وقد تميزت المحطـات التلفزيونية الخاصة بمناقشـتها مواضيـع تعتبر محرمة فـي التلفزيون كالنزاع الكردستاني والمثلية الجنسية وغيرها من المواضيع العديدة.

نافسـت المحطـات الخاصـة المحطـات الحكوميـة بالرغـم مـن محاولات المحطـات الحكوميـة البـث الخارجـي وإنشـاء قنـاة فضائيـة تصل إلـى العالم والأتراك فـي ألمانيـا. لكـنّ التنافس الخـاص كان كبيـراً حيث اسـتطاع كل من يملك جهاز تسجيل وكاميرا فيديو وجهاز إرسال دخول عالم التلفزيون الخاص حينها، مما دفع الحكومة لإغلاق جميع المحطـات الغير قانونية في عام ١٩٩٣ لتداخل مواجهاتها مـع موجات الشـرطة والطائرات. وفي خطـوة ملحوظة أنها الحكومة التركية سطوتها على المحطات في عام ١٩٩٤.

أعتبر عـام ١٩٩٤ عام انطـلاق المحطات الخاصـة فحينها بـدأت العديد من المحطات الإذاعية العمـل عن طريق الإنترنـت بالرغم مـن أنّ معظمها لـم يكن مرخصاً له العمل. كما قامت الحكومة في نفس السـنة بإقـرار قانون يمنع بث ما يهدد سـلامة الأمن القومي لتركيا وتقييد لغـات البرامج التي يتم بثهـا، مما دفع العديد من المحطات خـارج تركيا البث عـن طريق الأقمـار الصناعية بالإضافة إلى المواقع الإخبارية على الإنترنت والتي كانت موجهة للأكراد في الجنوب.

مع حلول عـام ١٩٩٩ كان هناك ٢٣٠ محطـة تلفزيونية محليـة، و١٥ محطة إقليميـة، و١٦ محطـة وطنيـة، و١٠٥٥ محطـة إذاعيـة، و١٠٨ محطـة إقليمية، ٣٦ محطة وطنيـة، حيث أغلـب هـذه المحطات خاصـة. هـذا ولا تعتبر جميع المحطات الفضائية التي تصل إلى المنطقة سياسـية بل هناك المحطات الإباحية التي يصل بثها إلى هناك مما دفع رجال الدين الحكومات للعمل على وقف مثل هذه القنوات باعتراض موجات بثهم.

جنوب الصحراء الإفريقية الكبرى
(المناطق الشرقية والغربية والجنوبية)

يعتبر انهيار الإتحاد السوفيتي الشيوعي ونهاية الحرب الباردة في التسعينات من الأسباب الرئيسية الداعمة لنشر الديمقراطية في إفريقيا وجزء كبير من دول العالم الثالث. كذلك الحال في جنوب إفريقيا الذي أثرت نهاية حقبة النظام العنصري في الأحداث العالمية. إنّ تأثير هذه الأحداث في ظل العولمة والتحرر الاقتصادي يظهر أهمية دراسة وسائل الإعلام في جنوب الصحراء الكبرى.

السياق السياسي:

استمرت عملية نشر الديمقراطية في إفريقيا خلال الألفية الجديدة، لكنّ مع وجود بعض التوتر والبطء، حيث كان حالها مشابهاً لما مرت به أوروبا الشرقية وجمهوريات الإتحاد السوفياتي السابق، فإن معظم الدول الإفريقية الديمقراطية لا زالت تعاني المصالح المتضاربة التي عادةً ما تكون مبنية على أسس عرقية أو دينية. في دول مثل نيجيريا فإنها لا تزال تعاني من الأخطاء السياسية التي أودت بحياة الكثير من الشعب بالرغم من وجود حكومات منتخبة. من ناحية أخرى، تعتبر جمهورية جنوب إفريقيا من أبرز الأمثلة على الدول التي انتقلت بشكل سلمي من حكم النظام العنصري إلى الديمقراطية الكاملة بعد الانتخابات العامة في عام ١٩٩٤، مما زاد من درجة الانفتاح والديمقراطية في وسائل الإعلام.

لم يمنع التحول السياسي إلى الديموقراطية من نشوء توترات مماثلة في بعض البلدان التي تعتمد نظام الانتخابات بعد رحيل حكامها وقادتها الذين حكموا دولهم لفترات طويلة، وذلك لعدم قدرتهم على حشد أي درجة من الولاء لدى شعوبهم. فعلي سبيل المثال أدت وفاة رئيس دولو ساحل العاج - فيليكس هوفويه في عام ١٩٩٣ - الذي حكم البلاد مدة ٣٣ عاماً إلى معاناة

البلاد من عدم الاستقرار والانقلابات العسكرية، بينما دولاً أخرى مثل أنغولا والكونغو وليبيريا وسيراليون لا زالت تكافح للخروج من الحرب الأهلية للوصول إلى الديمقراطيات الحقيقية.

يعتقد كثير من المراقبين أنّ موجة جديدة من الديمقراطية أثرت على إفريقيا خلال أواخر التسعينات، فمع حلول عام ٢٠٠٢ كان هناك ٢٩ دولة من أصل ٤٢ دولة في أفريقيا تتبنى نظام الانتخابات. كما إنّ تزايد الضغوط الداخلية والخارجية أرغم الحكام المستبدين وأمراء الحرب لوضع أسلحتهم وإعلان الوفاق في المناطق التي مزقتها الحروب الإفريقية.

ويعتبر تشكيل الإتحاد الأفريقي في عام ٢٠٠٢ ومبادرة تأسيس الجبهة الإفريقية (NEPAD) في عام ٢٠٠١ من الأسباب التي تزيد التفاؤل في ما يخص مستقبل القارة الإفريقية. أما على الصعيد الجنوب إفريقي ألزمت الحكومة نفسها بإنشاء وكالة لإعطاء الجماعات المهمشة فرصة دخول مجال الإعلام وذلك عن طريق دعم تعدد وسائل الإعلام مما أدى على سبيل المثال في جمهورية جنوب أفريقيا إلى تأسيس وكالة تطوير إعلامية مستقلة وتشجيع تعدد وسائل الإعلام والمساهمة في بناء البنية التحتية وتشجيع الظهور في وسائل الإعلام التي تعكس خبرات ووجهات نظر الجماعات المهمشة.

الاقتصاد ومحو الأمية والبنية التحتية للاتصالات:

لا تزال جنوب الصحراء الكبرى تعتبر من المناطق المتخلفة اقتصاديا مقارنة مع معظم مناطق العالم. لكن ذلك لم يمنع من أن تتمتع إفريقيا بنمو اقتصادي متسارع أكثر من أي دولة أخرى في دول العالم الثالث وذلك لعدة أسباب أهمها قوة القطاع الزراعي وتوقف الصراعات والحروب والإدارة الاقتصادية الناجحة. كما أنّ نسبة الأمية لا تزال في تناقص بالرغم من الضغط الاقتصادي على مؤسسات التعليم في جنوب الصحراء الكبرى الإفريقية مما ساهم في

إثراء الصحافة. حيث تعتبر جمهورية جنوب إفريقيا مركز القوة الاقتصادية في أفريقيا بل تعد منافساً قوياً للعديد من الدول المتقدمة، فهي من الدول الرائدة في مجال تكنولوجيا المعلومات حتى كانت أول دولة في إفريقيا تملك وسيلة الاتصال عبر شبكة الإنترنت حيث تعتبر الهواتف الخليوية والإنترنت من القطاعات المهمة التي في نمو متزايد على عكس الهواتف الأرضية، ويعتبر هذا التطور عاملاً فعالاً ساهم في إثراء الإعلام في المنطقة.

تاريخ الصحافة: الفترة الاستعمارية (١٨٠٠ – ١٩٦٠)

يأتي تاريخ الصحافة في جنوب الصحراء الإفريقية من حقبة الاستعمار ونظام الاتصالات التقليدية في إفريقيا. يتضمن نظام الاتصالات في إفريقيا عدة عناصر منها الطريقة الشيوعية لحل الخلافات الجماعية، واحترام السلطة الدينية والعلمانية والمعارضة بشكل خفي والاستخدام المكثف للتورية.

قبل ظهور وسائل الإعلام الحديثة كانت وسائل الاتصالات التقليدية في إفريقيا تأخذ أشكالا متعددة ومختلفة مثل التواصل عن طريق الطبول الناطقة (وسيلة اتصالات قديمة لإيصال الرسائل للمسافات الطويلة) والأعمدة المنحوتة المزينة والنقوش الفنية على القبور، والفنون الدينية والعلمانية، والشعراء المتجولين والجمعيات الثقافية مما جعل هذه الوسائل مشابهة لوسائل الإعلام لدينا اليوم إلا أنّ هذه الوسائل تغيرت مع مرور الزمن خصوصاً بعد دخول الإسلام والاستعمار الغربي للقارة.

ظهر في إفريقيا ثلاثة أساليب مميزة للصحافة هم: الأسلوب الأنجلو-أمريكي والأسلوب الفرنسي والأسلوب البرتغالي وقد كانت الصحافة في ظل الاستعمار مسخرة لخدمة مصالح المستعمرين باستثناء الصحف التي أنشأها بعض العبيد الأمريكيين المحررين.

بينما في ظل الحقبة الاستعمارية الفرنسية والبرتغالية، فإن معظم الصحف

والنشرات كانت إما مملوكة من قبل الإدارة الاستعمارية أو الكنيسة الكاثوليكية أو لذوي المصالح الخاصة (الذين يدينون بالولاء لهم) حيث تركت هذه النماذج بصمة واضحة على الصحافة الإفريقية المعاصرة.

الأسلوب الأنجلو- أمريكية:

يعتبر الأسلوب الأنجلو- أمريكي، الذي أحضره الأفارقة الأمريكيين إلى إفريقيا بعد تحررهم من العبودية، أول الأساليب الأوروبية المؤثرة على نظام الاتصالات الإفريقية. وقد تم إنشاء أول صحيفة أفريقية في عام ١٨٠١ في مدينة فريتاون في دولة سيراليون، مما جعل هذه الصحف تنتشر في إفريقيا حيث استعملت كتاباتها لشجب واستنكار العبودية وتجارة الرقيق.

خلال فترة الاحتلال البريطاني أصبحت هذه الصحف تستعمل للاحتجاجات السياسية المناهضة للاستعمار البريطاني حيث يعتبر المثقف الأميركي نامدى ازيكيوى من نيجيريا من أشهر الكتاب المناهضين للاستعمار، مما جعل الإدارات الاستعمارية البريطانية تسن قوانين لمكافحة ما سمته بـ"الفتنة والتحريض" وفرض الرقابة على الصحف المخالفة. لكن على الرغم من أنّ العديد من الصحفيين والكتاب الأفارقة قد حوكموا بموجب هذه القوانين التي تدين التحريض والفتنة، فإن حرية الصحافة كانت أحد العناصر الإفريقية الأوروبية المهمة الموروثة عند الاستقلال.

أنشأت الإدارة البريطانية أول محطة إذاعية في مستعمراتها الأفريقية فقي بداية القرن العشرين من أجل إبقاء المستوطنين البريطانيين على اتصال مع ما يحدث في بريطانيا. كما لا يزال البث الإذاعي في إفريقيا حتى يومنا مقيداً في ما يتعلق اتخاذ القرارات والهيكلة الخاصة به، لذلك فإن هيئات الإذاعة عادة ما تضطر للتغيير حسب السياسات المفروضة عليها نتيجة الضغوط المالية وليس وفقاً لاحتياجاتها الإنمائية الخاصة بها.

الأسلوب الاستعماري الفرنسي

عكس التطور في الصحافة الناطقة بالفرنسية في إفريقيا السياسة الفرنسية التي تهدف إلى تحويل جميع الأفارقة في المستعمرات الفرنسية إلى فرنسيين من السود. لذا كانت الإدارة الفرنسية المستعمرة الجهة الوحيدة المخولة بنشر الصحف.

تم إنشاء محطات البث الإذاعي في البلدان الناطقة بالفرنسية بشكل يتوافق مع هيئة الإذاعة الحكومية الفرنسية، حيث كانت محطات البث تبث للأفارقة باللغة الفرنسية فقط تأخذ الأوامر من المكتب الاستعماري في باريس بينما تم البث باللغة الإفريقية للمرة الأولى خلال الحرب العالمية الثانية، عندما كانت فرنسا على حافة الانهيار العسكري خلال مواجهة جيوش هتلر.

الأساليب الاستعمارية البرتغالية:

يعتبر البرتغاليون أول الواصلين الأوروبيين إلى جنوب الصحراء الإفريقية الكبرى، حيث كانوا أول من بدأ تجارة الرقيق في إفريقيا في القرن الخامس عشر.

ملكت البرتغال العديد من الأراضي الإفريقية مثل: أنغولا وموزامبيق وغينيا بيساو وجزر كيب فيرد وسان تومي وبرينسيب. وقد سيطرت البرتغال على المعلومات الداخلة والخارجة إلى هذه المناطق على الرغم من أن الصحافة البرتغالية مملوكة من قبل مستثمرين برتغال التي على أي حال تبقى جزءاً لا يتجزأ من الجهاز الإداري الاستعماري المدعوم حكومياً.

أنظمة الصحافة في فترة ما بعد الاستقلال الفترة (١٩٦٠-١٩٩٠)

ورثت الدول الإفريقية المستقلة التجهيزات والأنظمة الخاصة بوسائل الإعلام التي أسسها النظام الاستعماري، مما حذا بالأفارقة إلى مواجهة تحدي إضفاء الهوية الإفريقية على وسائل الإعلام. لذلك استغلت الدول الإفريقية الأفكار والمواد والتقنيات الغربية من أجل صنع برامج تتماشى مع الهوية الإفريقية. لكن

هذا التحدي لم يكن بالسهل مما خلق الحاجة للسيطرة وسائل الاتصال الحديثة مما ساهم في وضع سياسات تنظم عمل قطاع الاتصالات والصحافة.

لكن فقر وضعف الدول الإفريقية والخلافات والنزاعات التي عانت منها جعل التحرر والرقابة الصحفية رفاهية لا تهم إفريقيا فقد اعتبرت الوحدة الوطنية والحفاظ عليها أهم من مسألة حرية الصحافة.

وقد أدى تطوير السياسات المتعلقة بالاتصالات إلى تسييس واضح لوسائل البث والصحافة، حيث تتحكم السلطة الحاكمة أو الحزب الحاكم بإنتاج وسائل الإعلام ومدخلاتها ومخرجاتها.

"في حين أن إفريقيا كانت تحاول التحرر من الاستعمار خلال فترة الستينات، كانت جنوب إفريقيا لا تزال في قبضة نظام الفصل العنصري إلا أنّ الصحافة في جنوب إفريقيا كان حينها يعتبر واحداً من الأكثر الأجهزة حريةً في إفريقيا. إلا أن النصف الثاني من عقد الثمانينات شهد فرض قانون الطوارئ الذي قيد الصحافة المحلية والوطنية والدولية خلال السنوات الأخيرة من الفصل العنصري حينما كانت البلاد تمزقها الاضطرابات المدنية والعنف.

إتسمت وسائل الإعلام في جنوب إفريقيا بالتضارب بين الحركة الديمقراطية الليبرالية التي ركزت على الحرية الفردية وحقوق الفرد، وبين حركة الديموقراطية الاجتماعية مما هيأ احتمال نشوب نزاع داخلي.

تحرير الصحافة

مع نهاية الحرب الباردة، فقد العديد من الزعماء الأفارقة دعمهم الغير مشروط من حلفائهم من السابقين مما اضطرهم إلى تلبية مطالب المواطنين لبدء عملية الإصلاح أملاً في تحقيق الحرية السياسية وتحسين مستوى المعيشة، وذلك من خلال السماح قانونياً لأحزاب المعارضة بالعمل وإتاحة المزيد من الحريات المدنية.

ساهم التحرر السياسي في تزايد أعداد وسائل الإعلام المطبوعة بجميع أنواعها التي بدأت رحلتها في الكفاح من أجل الحرية والديمقراطية والعدالة والشفافية في حين كانت الصحف المملوكة للحكومة تختفي تدريجياً إلا أنّ الحرية الصحافية ساهمت في خلق بعض التوتر في بعض الدول لنقدها الجريء والذي عادة ما يكون ضغط التنافس بين الصحف سبباً له.

تأثر البث أيضاً بالاضطرابات السياسية ففي كل بلد تقريباً تم توقف احتكار الحكومات للبث. حتى أنّ بعض الدول التي كانت الحكومة تملك فيها بعض محطات الإذاعة تعرضت للهجوم. ثم أصبحت قوانين الصحافة بعد الضغوط السياسية متحررة بشكل أكثر، إلا أنّ معظم التغييرات حدثت في قطاع البث، فظهرت خلال تلك الحقبة العديد من المحطات الإفريقية الإذاعية الخاصة.

كان لإنشاء المحطات الخاصة دوراً مميزاً في إذابة الفوارق بين المحطات التجارية والمحطات العامة. كما إنّ وجود العديد من الوكالات التنظيمية، التي لم يكن لها دور فعال في حقبة التسلط الحكومي، سهل نقل مهمة إدارة موجات البث وترخيص المحطات الخاصة والعامة الجديدة، تعيينهم كمرجع يرجع له في حالات النزاع. لكن بالرغم من كل هذه المهام والصلاحيات فإن هذه الهيئات بقيت بلا دعم يذكر يؤهلها للقيام بهذه المهام مما أدى إلى جعل عملية خصخصة البث غير منظمة.

بينما كانت البلدان الإفريقية التي تكافح من أجل حرية وسائل الإعلام بعد الاستعمار، وسائل الإعلام في جنوب إفريقيا اضطرت لمقاومة عوائق الفصل العنصري. لذلك يرى الكثير من المراقبين أن الفترة ما بين الأعوام ١٩٤٨- ١٩٩٤ كانت سياسة التفرقة العنصرية صحافة الأفريكان تتقدمان يداً بيد، بينما كانت تعاني الصحافة الإنجليزية، والصحافة السوداء والصحافة تقاوم سياسة التمييز العنصري.

تعتبر المداولات التي عقدت في إطار عمل لجنة الحقيقة والمصالحة (TRC)s من أجل التحقيق في نظام الفصل العنصري في عام ١٩٩٧. ثم أعقب هذا التحقيق طلب أجهزة الإعلام من الهيئة العليا للإغاثة (HRC) في عام ٢٠٠٠ التعامل مع العنصرية في وسائل الإعلام. إلا إنّ هذه المداولات لم تمثل حلاً حقيقياً لمسألة العنصرية في وسائل الإعلام.

بعد سنتين من نجاح الانتخابات الديمقراطية في عام ١٩٩٤ و١٩٩٩، لم يزل شبح الصراع وشعور التهرب من عملية السلام واضحاً في جنوب إفريقيا. فالسلبية الواضحة في وسائل الإعلام تجاه الحكومة كان ناتجاً من توجهات الحكومة نحو مركزية السلطة وعدم الاكتراث بأي نوع من الانتقاد لاسيما الصادر من وسائل الإعلام. بل إنّ أي محاولة لانتقاد الحكومة كان يعتبر عملاً "عنصري وغير وطني" وكانت الحكومة تظهرهم للشعب على أنّهم "أولئك الذين يرغبون في رؤية جنوب إفريقيا الجديدة تتعثر". فقد كان الرئيس ثابو مبيكي يعتقد أنّ موجة من التشاؤم الإفريقي سادت أجهزة الإعلام والمجتمع الجنوب إفريقي بالرغم من أنّها ناتجة عن أقلية فرضت مثل هذا التشاؤم. لذلك بالرغم من كل جلسات التداول والاستماع في TRC وHRC فإن السؤال لا زال قائماً عن حقيقة دور الإعلام في مجتمع مفكك مثل جنوب إفريقيا ففي الوقت الذي يصر فيه الحزب الحاكم أنّ على البيض تحمل مسؤولية الماضي حتى تتمكن جنوب إفريقيا من المضي قدماً بينما المعارضة تصر على أنّ جنوب إفريقيا لن تستطيع المضي قدماً إلا إذا جعل الماضي وراء ظهرها" ولا يمكن إنكار دور هيئة (TRC) في مساعدتهم على التحرر من الماضي.

❖❖❖❖

الصحافة المطبوعة

غرب إفريقيا

تطورت الصحافة المطبوعة في غرب إفريقيا بشكل كبير في أكثر من جانب، من أبرز هذه الجوانب هو التزايد الملحوظ في عدد من الصحف والمجلات المستقلة نتيجة تحرر الأنظمة السياسية الحاكمة وظهور النشر المكتبي. إلا أنّ هذا التحرر والتزايد في عدد الصحف المستقلة لم يزد من نسبة القراء بل إنّ تأثير الصحافة المستقلة لم يتعدى صرف نظر القرّاء عن الحكومة والأحزاب والصحف الخاصة والتي انخفضت في وقت لاحق أو توقفت على أي حال.

من المهم التنبه إلى غموض مفهوم الصحافة المستقلة فالسؤال الذي يجب طرحه صحف مستقلة عن من؟ عن الحكومة أو عن الأحزاب السياسية أو عن المستثمرين أو عن الجماعات الناشطة أو عن أصحاب الإعلانات؟

يقدم كامبل تعريفاً مناسباً لمفهوم "المستقلة" حيث اعتبرها تشير إلى الصحافة اليومية والأسبوعية ونصف الشهرية والشهرية وغيرها من الصحف التي يتم نشرها دون وجود أي سيطرة أو إشراف من أي جهة رسمية مباشرة. يعتبر هذا التعريف عملي جداً ومناسب للأوضاع في إفريقيا حيث لا تزال الصحافة ذات طابع سياسي. وقد نشأت ظاهرة تقديم الأخبار في الصحف والمجلات والأخبار المبثوثة بشكل احترافي وموضوعي. لذا في هذا القسم من الكتاب سيستخدم مفهوم "الصحافة المستقلة" ليعبر عن هذه الصحف، ومتى كانت استقلالية الصحف غير واضحة فإننا سنشير إليها بمصطلح الصحف المملوكة الخاصة لتمييز الهيكلية من التملك الحكومي.

نيجيريا:

وضعت نيجيريا معايير الصحافة المطبوعة في غرب إفريقيا لخبرتها في هذا المجال. فنسبة أعداد الصحف الخاصة في تزايد مستمر منذ بداية الثمانينات، خصوصاً خلال الحكم الدكتاتوري كصوت معارض بهذا النظام في فترة التسعينات.

إنّ مناقشة تزايد الصحف النيجيرية سيكون ناقصاً دون التعرف على هيكلها الداخلي الجغرافي- السياسي. تتركز الغالبية العظمى من الصحف الكبرى في جنوب نيجيريا المهيمن على وسائل الإعلام وخاصة الصحف بينما كانت السلطة السياسية تمارس حتى وقت قريب عن طريق الشمال إلا أنّ هذا الانفصال الفعلي بين الصحافة والسلطة السياسية تغير في عام ١٩٩٩ عندما تم انتخاب أولوسيغون أوباسانجو القادم من الجنوب رئيساً للبلاد.

غانا:

كانت بداية الصحافة في غانا مشابهة لتجربة نيجيريا قبل أن تتمكن غانا من الحصول على استقلالها من بريطانيا في عام ١٩٥٧. إلا أنّ الصحافة تم قمعها في فترة حكم جيري رولينغز الذي جاء إلى السلطة بعد الانقلاب العسكري في ديسمبر كانون الأول عام ١٩٨١. إلا أنّ الصحافة الغانية ما لبثت أن شهدت نمواً قليلاً عندما رفع رولينغز القيود الرئيسية المفروضة على الصحاف مما أدى إلى تأسيس ما يقارب ٢٠ صحيفة مستقلة أسس معظمها أشخاص من الذين كانوا ينتقدون الحكومة، لكن نظام عمل هذه الصحف البدائي وعدم جودة هذه الصحف لم يمنع من كونهم أنهوا عقداً من الصمت الإعلامي.

لكن على الرغم من تزايد الصحف الخاصة إلا أنّ الصحف الحكومية هي الأكثر انتشارا في غانا.

ليبيريا وسيراليون:

تسببت الحروب الأهلية في كلا البلدين في بداية التسعينات إلى تعطيل نمو الصحافة بينما كانت بلدان أفريقية أخرى تدخل طور الديمقراطية. إلاّ أنه من الملاحظ أنّ الصحافة المستقلة لا تزال متواجدة في كلا البلدين. حيث تعتبر صحيفة باتريوت وNewsbeat ونيو ليبيريا من الصحف الرئيسية في ليبيريا. أما الصحف الرئيسية في سيراليون فهي: يونتي (جريدة حزب الشعب الرسمية)، والحزب الديمقراطي (صحيفة يومية)، وكونكورد تايمز، وصحيفة بول.

ساحل العاج:

كما هو الحال مع غيرها من البلدان الناطقة بالفرنسية في غرب إفريقيا فإن الصحافة في ساحل العاج كانت أقل قوة مما كانت عليه الصحافة في البلدان الناطقة بالانكليزية خصوصاً في نيجيريا وغانا. في ظل حكم الرئيس فليكس هيجوت بوانييه الذي حكم البلاد من عام ١٩٦٠ إلى عام ١٩٩٣، أصيبت الصحافة في البلاد بالشلل إلا أن بدأ الأمر بالتغير من قبل عام ١٩٩٣، خصوصاً بعد تأسيس صحيفة La Voie"" التي اكتسبت سمعة سيئة بسبب التقارير اللاذعة التي تنتقد الحكومة مما أدى إلى سجن ما لا يقل عن ستة من موظفي التحرير لديها.

ويوجد في ساحل العاج الآن نحو ٢٢ صحيفة يومية، ولكن اثنين منها مملوكة للقطاع الخاص، وتنشر باللغة الفرنسية. من بين أهم الصحافة الجديرة بالذكر لو جور، فراتونت متن، ديفوار سوار، لو باتريوت، و نوتر فياو حيث توصف لو جور بأنها "ربما الأكثر صحيفة يومية مستقلة تطورا في ساحل العاج.

بنين:

لم تؤثر الديمقراطية على نمو الصحافة المستقلة كما هو الحال في بنين. فبعد نهاية الحكم الماركسي لها من فترة ١٩٧٤ حتى عام ١٩٨٩ بدأت بنين في عملية التحول الديمقراطي التي بلغت ذروتها في الانتخابات الرئاسية في عام ١٩٩١.

شهدت بنين منذ عام ١٩٩٦ نمواً ملحوظاً في قطاع الصحف الخاصة فهي الآن تمتلك "ما لا يقل عن ١٨ صحيفة يومية مستقلة و٤٠ مجلة. وقد قامت منظمة مراسلون بلا حدود في عام ٢٠٠٢ بعمل دراسة استقصائية لنظم الصحافة في جميع أنحاء العالم، حيث احتلت بنين المرتبة الأعلى في إفريقيا فترتيبها هو المركز ٢١ من أصل ١٣٩ دولة. وتعتبر الصحف اليومية ليزيكو دو جور، لو ماتينال، ولوس انجلوس والأمة من أكبر الصحف في بينين اليوم.

إنّ حرية الصحافة وانتشار الصحف أثر سلبياً على جودة الصحف. فهناك بعض الصحف التي أكثر شبهاً بالكتيبات الصغيرة، كما أنّ تدني رواتب الصحفيين أدى إلى عمل الصحفيين في الأعمال الحرة، بالإضافة لوجود الرشاوى بينهم من أجل تحريف التقارير.

مالي:

ازدادت الصحافة المملوكة للقطاع الخاص بشكل ملحوظ منذ عام ١٩٩١ عندما اندلعت انتفاضة شعبية وضعت حداً لديكتاتورية موسى تراوري. فمع حلول عام ٢٠٠٢ كان هناك ما نحو ٤٠ صحيفة معظمها تنشر باللغة الفرنسية وبعض اللهجات المحلية. كما هو الحال في بنين، انتشار وزيادة أعداد الصحف أدى وجود صحف بالكاد تكون معروفة، لكن بالرغم من ذلك فإن صحافة مالي نمت لتصبح واحدة من أكثر الصحف نشاطاً في المنطقة.

السنغال:

هي من البلدان الإفريقية الناطقة بالفرنسية لكنها تعتبر الأقرب إلى البلدان الإفريقية الناطقة باللغة الانكليزية (وخاصة نيجيريا وغانا) في وجود تاريخ طويل لديها من صحافة نابضة بالحياة.

تمتعت الصحافة السنغالية بنوع من الحرية خلال حكم الشاعر الرئيس ليوبولد سنغور، مما جعل الصحافة المستقلة تزدهر. واستمرت هذه الحرية

حتى بعد تقاعد سنغور ووفاته، وعلى الرغم من وجود عصابات التمرد في المقاطعة جنوبية. ومن أبرز الصحف السنغالية صحف: لو سولي، ليكيب والسنغال، وسود كوتيديان.

توغو:

تعتبر توغو من أكثر الدول القامعة للصحافة في غرب إفريقيا، حيث تعرض الصحفيون والانفصاليين للمحاكمات والملاحقات خلال فترة حكم غناسينغبي اياديما، الذي كان يحكم بقبضة من حديد من قبل منذ عام ١٩٦٧. بالرغم من ذلك فقد شهدت الدولة نمو الصحف المملوكة للقطاع الخاص، فهناك ٢٠ صحيفة ظهرت في العاصمة لومي وحدها في غضون بضعة أشهر في الفترة بين عامي ١٩٩٠- ١٩٩١.

الكاميرون:

على الرغم من تعدد الأحزاب السياسية في الكاميرون إلا أن الرئيس (بول بيا) انتهج سياسة القمع وعرقل الانتخابات الحرة والنزيهة في بلاده في محاولة للحفاظ على سلطته وقوته، وقد اعتمد خلال فترة حكمه الطويلة والتي امتدت لسنوات على إسكات الصحافة المستقلة، حيث لا تزال الكاميرون حتى الآن تعاني من استمرار القمع والاعتداء الدائم على حقوق الإنسان.

نشأت في الفترة ما بين عامي ١٩٩٠ و١٩٩٥ ما يقارب ٥٠ صحيفة مستقلة، إلا أنّ هذه الأعداد تضاءلت الآن إلى ٢٠ صحيفة فقط تنشر جميعها بشكل نظامي. هذا وتعد صحيفة (Le Messager) الخاصة، وصحيفة (Cameroon Tribune) الحكومية الصحيفتان الرئيسيتان في البلاد. والحال في الكاميرون لا يختلف عن باقي بلدان القارة الإفريقية حيث يوجد تنافس واضح بين الصحف الحكومية والخاصة.

شرق إفريقيا:

أخذت الصحافة الإفريقية الطابع البريطاني كنتيجة لسيطرتهم عليها، حيث نشأت عدة صحف خاصة مستقلة يمتلك الأجانب حصة من هذه الصحف.

كينيا:

تعد الصحافة الكينية بمثابة نبض الإعلام الإفريقي في فترة ما بعد الاستقلال، مع أنّ الأحزاب الأجنبية كانت تحكمها، فتصدرت صحيفة (The Daily Nation) قائمة الصحف الأكثر انتشاراً إلى جانب صحيفة (The Sunday Nation) باللغة الإنجليزية وباللغة السواحيلية صحيفة (Taifa Leo)، أما صحيفة (The People Daily) التي كانت للحزب المعارض للبلاد فقد احتلت المرتبة الثالثة من حيث الانتشار. وسيطر على الإعلام الكيني مجموعة الأمم التي تمتلك الآن محطة تلفزيون الأمم وصحيفة (The Monitor) وعدة مؤسسات إعلامية أخرى.

كانت المجلة الإخبارية السياسية الوحيدة التي تنشر أسبوعياً هي (The Weekly Review) حيث كانت تنشر التقارير والتحقيقات التي تكشف الفساد السياسي والاقتصادي المنتشر بين الطبقة الغنية والقوى الحاكمة في البلاد. وقد احتلت كينيا مرتبة البلد الأكثر حرية إعلامياً في دول شرق إفريقيا بعد أوغندا وتنزانيا حسب الإحصاءات في عام ٢٠٠٢.

تنزانيا:

لفت انتباه الباحثين في الإعلام في تنزانيا أنّ رئيس البلاد Nyerere كان محرراً في صحف (Voice Of Tanu) و(Mwafrika) المناهضة للاستعمار البريطاني حيث أصبحت هذه الصحف والمحطات الإذاعية صحف سياسية حزبية بحتة.

وفي عام ١٩٧٠ دمج حاكم تنزانيا بين صحيفة (The Tanganyika Standard) الأكثر انتشارا في البلاد مع صحيفة (The Nationalist) البريطانية لتصبح كلها ملكا للحزب الحاكم ثم تم إطلاق اسم (The Daily News) عليها حيث تسلم حاكم تنزانيا شخصياً رئاسة تحريرها. وقد برر تصرفه بأنه ليس من مصلحة البلاد أن تتحكم قوى خارجية أجنبية بالإعلام ودعا محرري الصحف الأخرى إلى اتخاذ منهج الموضوعية وتحري الحقائق في التقارير التي تخدم مصلحة بلده وكرامتها. ثم تابع الرئيس Mkapa الذي تسلم الحكم بعده رئاسة التحرير في هذه الصحيفة خلفا للرئيس Nyerere.

استغرقت الصحافة في تنزانيا وقتا طويلاً لتتطور لأنها كانت تعتمد على تطور السياسة حيث لم تتغير سياسة البلاد الحزبية حتى بداية التسعينات حين نشأت أكثر من ٦٠ صحيفة باللغات الانجليزية والسواحيلية واللغات الإفريقية. وتحتل تنزانيا المرتبة الثانية من دول شرق إفريقيا من حيث حرية الإعلام بعد أوغندا.

أوغندا:

اعتمدت الصحف الأوغندية على الصحفيين والمراسلين البريطانيين مما هدد مصلحة الحاكم الديكتاتور الأوغندي Ide Amin الذي أمر بإغلاق الصحف كلها ما عدا صحيفة واحدة كانت تتحدث بلسان حكومته. كما قمع وقتل وسجن العديد من الصحفيين ولم تستطع الصحافة أن تتحرر خلال حكم Milton Obote الذي خلف Amin بعد تنحيه عن الحكم في عام ١٩٧٩.

بدأت الصحافة الأوغندية بالتحرر والانفتاح بعد أن تسلم Yoweri Museventi الحكم فنشأت الصحف الخاصة المستقلة وبدأت تنافس الصحيفة الحكومية (The Vision). ففي عام ١٩٩٧ نشأت أكثر من ٢٥ صحيفة ومجلة يومية وأسبوعية وبأكثر من لغة منها (The citizen) و(The

(Star) و(Ngabo). وقد أعتبرت أوغندا البلد الأكثر حرية على الإطلاق من بين دول شرق إفريقيا.

إثيوبيا:

سيطر الحزب الماركسي اللينيني الحاكم على إثيوبيا لمدة تزيد على ١٥ عاماً. وقد عرف عن هذا الحزب شدة سيطرته وتسلطه على الإعلام. ولم يتغير هذا النظام إلا بعد هروب الكولونيل (Mengistu) عندما اقتحمت مليشيات الجبهة الشعبية للتحرير مدينة أديس أبابا، وفي الوقت الذي كانت فيه البلاد في أوج كرهها وحقدها على المجلس العسكري ازدهرت الصحافة وامتلأت الأرصفة ببائعي الصحف في شوارع المدينة كلها.

كانت النزعة الديمقراطية التي ظهرت في البلاد بمساهمة الرئيس الإثيوبي الذي تولى الحكم بعد التحرير وبمساعدة رئيس وزراء حكومته، الذي سمح بتعدد الآراء وطرح وجهات النظر المخالفة إلا أن الأمر لم يخلو من وجود بعض التعصب العرقي.

بدأت الحكومة بممارسة الضغط والسيطرة على أجهزة الإعلام، فبدأت السلطات بمتابعة الصحفيين وسجنهم في قضايا التشهير والتحريض على العنف ونشر التقارير المغلوطة، حيث كان وخلال فترة قصيرة جدا العشرات من الصحفيين قيد الاعتقال والسجن والنفي خارج البلاد. ونتيجة لتلك الممارسات تتصدر إثيوبيا قائمة الدول ذات الصحافة المضطهدة من بين دول القارة الإفريقية. لكن على الرغم من الاضطهاد والسيطرة من قبل الحكومة على أجهزة الإعلام، إلا أن الصحافة المستقلة استمرت بالنمو والازدهار، فنشأت صحف خاصة منها (Ilete Addis) و(efoyta) وصحف حكومية منها (Addis Zemen). وحسب الإحصائيات الدولية فإن إثيوبيا وأرتيريا تعدان الدولتان الأقل حرية إعلاميا من بين دول شرق إفريقيا.

جنوب إفريقيا:

كما في كل دول القارة فإن دولة جنوب إفريقيا تأثرت بحرية الصحافة فأصبحت من الدول التي لها تاريخ حافل في حرية الصحافة حيث تم دمج صحافتها الحكومية مع الصحف المستقلة.

أنغولا:

تعد أنغولا دولة استثنائية من حيث ليبرالية الصحافة من بين دول جنوب الصحراء الكبرى، فخلال ٣٠ عاماً من الحرب الأهلية أصبحت البلاد الغنية بالثروات من الدول الفقيرة جداً، وبؤرة للمشاكل والخلافات والفساد والقمع الإعلامي.

بالإضافة إلى أنّ الحكومة سيطرت على الإعلام بكل أشكاله فأنشأت وكالة الأنباء الوطنية الرئيسية في البلاد وأنشأت صحيفة (O Jornal de Angola) التي تأسست عام ١٩٢٣ ونشر منها ٤١,٠٠٠ نسخة يومياً، كما أنشأت محطة التلفزة الوطنية، ولم تعرف البلاد أي وجود للإعلام الحزبي. كما تم إنشاء موقعين إلكترونيين للبلاد ولكن تحكمت الحكومة بما ينشر عليهما بشكل كامل. وقد عرف عن الحكومة أنها كانت تعاقب أكثر من ٤٠ بالمئة من موظفيها في الحقل الإعلامي إذا ما نشروا أي تقارير تنتقد السلطة أو الحكومة.

وعلى الرغم من أن الدستور الأنغولي سمح بحرية التعبير إلا أن الحكومة لم تطبق القانون ولم تحترم حرية الصحافة بل عرضت الصحفيين للضغط والملاحقة والسجن والعقوبة، كما أغلقت العديد من الصحف ومحطات الإذاعة لانتقادها السلطة.

بتسوانا:

بالرغم من تمتع بتسوانا بتاريخ عريق في الصحافة الحرة، تمتع إعلامها عام ٢٠٠٢ بحرية عالية لم تسجل منذ أي وقت مضى في العالم، إلا أنها لم توضع

علـى قائمة الـدول الحـرة إعلامياً. وقـد سـجلت الإحصائيـات أن الإعلانات التجاريـة التي كانت تدرجهـا الحكومة فـي الصحف اليومية تعـود عليها ب٤٠ بالمئة من الأرباح.

ليسوتو:

أنشـأت سـتة صحف يومية في ليسـوتو بعد عـام ١٩٩٨ على الرغـم من صغر مساحة البلاد. وقد شهدت البلاد مرحلة الاضطراب الديمقراطي بعد الانتخابات التي جـرت في البـلاد، حيث تم إحـراق العديـد من مكاتـب الصحـف واعتقل صحفيوها وسجنوا وتم إرساء الاستقرار والهدوء بسياسة القمع والإكراه.

كما تم إنشاء موقعين إلكترونين للبلاد وتم وضع روابط لموقع BBC وCNN على الصفحة الرئيسـية للموقعين.كما أنشـأت وكالة الأنباء الوطنية الليسـوتوية موقعا إلكترونيا خاصاً بها أدرجت عليه أهم الأنباء.

مالاوي:

نشـأ ما يقارب ٤٠ صحيفة يوميـة وأغلقت منذ عـام ١٩٩٦، وعلى الرغم من أن الحكومة سيطرت على الإعلام بشـكل كامل إلا أن بعض الصحف المستقلة ازدهـرت فـي البـلاد إلا أنها كانـت تحـت سـيطرة الحكومة وتـم إنشـاء موقع إلكتروني إخباري في مالاوي.

موزمبيق:

سـيطرت الحكومة على الصحف المحليـة في موزمبيـق وتعرضت الصحافة للقمع والصحفيين للقتـل والملاحقة والأذى. حيث تعتبـر صحيفة (Noticias de Mocambique) الصحيفـة الأكبر والأقـدم في موزمبيق حين تأسسـت في عام ١٩٠٦، وظلت ملـكاً للحكومة حتى عـام ١٩٧٤ عندما اشترتها مجموعة شركات خاصة من الحكومة، كما اشترت صحيفة (Domingo) الأسبوعية.

جنوب إفريقيا:

تأثر تاريخ الإعلام في جنوب إفريقيا بالتمييز العنصري الذي كان في البلاد، فتميز البيض في أعلى الهرم وتلاهم الحنطيين وفي أسفل الهرم الهنود والسود الأفارقة. وتميز الإعلام بأنه كان متعدداً فمن البريطانيين إلى الأمريكيين إلى الجنوب إفريقيين.

تركز الإعلام في جنوب إفريقيا بيد خمسة قوى على النحو التالي:

- الصحافة المستقلة امتلكت ١٥ صحيفة سياسية رئيسية وتحكمت بأكثر من ٦٠ بالمئة من السوق الإعلامية.
- المؤسسات الإعلامية المحدودة امتلكت ٧ صحف يومية منها ٣الأكثر انتشاراً في البلاد.
- شركة إفريقيا الجديدة للاستثمار امتلكت صحيفة واحدة ولكنها الصحيفة الأكبر تداولاً وانتشاراً على الإطلاق في جنوب إفريقيا.
- شركة Nasional Pers Publication امتلكت ثلاثة صحف كبيرة منها اثنتان يوميتان وواحدة أسبوعية.
- مؤخراً امتلكت مجموعة Caxton أكثر من ٤٠ صحيفة متفرقة في أماكن متعددة من البلاد كالضواحي والأرياف المحيطة بالعاصمة.

تعددت أشكال الصحافة في جنوب إفريقيا مما نتج عن ذلك تعدد القوى والآراء السياسية، وللأسف فقد تعرضت البلاد مؤخراً إلى سياسة قمع الحرية الإعلامية بسبب المشاكل الاقتصادية مما دفع المؤسسات الصحفية إلى التنازع على البقاء على الساحة الإعلامية.

زيمبابوي:

تعرضت زيمبابوي إلى نظام بريطاني مجحف غير قانوني اعتمد على سياسة قمع الصحافة وكبح حريتها سواء الحكومية أو المستقلة، وتعرض الصحفيون للملاحقة والمتابعة مما نتج عنه ممارستهم للرقابة الذاتية اتقاءً للمشاكل.

تحكمت السلطة بكل وسائل الإعلام المطبوعة والمرئية ووكالات الأنباء، ومن أبرز الصحف كانت (The Sunday Post) و(The Manica Post) و(The Sunday News).

صحيفة The Zimbabwe Independent المستقلة كانت تغطي كل الأخبار السياسية في البلاد وتنشر يومياً ما يقارب ٤٠,٠٠٠ نسخة، وتخصصت في نقل الأخبار السياسية والاقتصادية.

وكالات الأنباء:

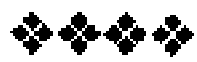
أغلب وكالات الأنباء في القارة الإفريقية كانت حكومية ومنها وكالة الأنباء النيجيرية، الغانية، الكينية، الزيمبابوية وغيرها من الوكالات التي تأسست في منتصف الثمانينات،

أبرز وكالة كانت وكالة الأنباء الإفريقية الرئيسية التي تأسست عام ١٩٨٣ وكانت تؤمن تغطية لكل الوكالات الأخرى، ومقرها في داكار- السنغال،أنشأت هذه الوكالة لسببين أولهما أنها عززت معاهدة الوحدة الإفريقية بين دول إفريقيا وثانيهما هو تغطية الأخبار ونقلها وتوزيعها لوكالات الأنباء.

في جنوب إفريقيا تأسست وكالة أنباء وطنية محلية مشتركة مابين الحكومة والملكية الخاصة، كانت مستقلة تعبر عن آراء الحكومة وأراء مالكيها، تغذي الصحف اليومية في البلاد بشكل دائم بما يخدم أصحابها.

الصحف والمجلات وانتشارها:

عرف عن الأفارقة أنهم استخدموا الصحف كوسيلة إعلامية أكثر من أي وسيلة أخرى، ونشأت وازدهرت لديهم الصحافة المستقلة، ففي منتصف الثمانينات سجلت صحيفة (The Daily Times) تداولاً وصل إلى ٤٠٠,٠٠٠، وفي يوم الأحد خاصة يصل تداولها إلى ٥٠٠,٠٠٠، ولكن تضاءلت هذه النسبة بشكل كبير مع الوقت ففي نيجيريا مثلا حاول المحللون تسجيل التداول ولكنهم لم يستطيعوا بسبب تضاؤله الكبير، وكذلك الأمر في الصحراء الإفريقية الكبرى ففي ١٩٩٦ سجلت نسبة التداول ب١٢ بالألف ولكنها أفضل من عام ١٩٧٠ حيث سجلت ب١٠ بالألف والسبب الرئيسي لذلك هو الضعف الاقتصادي من جهة، وجهل العامة وفقرهم الثقافي من جهة أخرى، ولكن على الرغم من ذلك فهناك أمل من نمو تلك النسب مع الانفتاح والعولمة فالحكومات تعمل على التعاون بينها وبين الوكالات العالمية والخاصة لنمو وازدهار الإعلام.



الإذاعة والتلفزيون

غرب إفريقيا:

سيطرت الأحزاب الحاكمة على الإعلام المرئي والمسموع حتى التسعينات، حيث لم يزدهر الإعلام الخاص المستقل كما الحال في الصحافة، ومع ارتفاع عائدات التلفزة والإذاعة ظلت الحكومات مسيطرة على الإعلام.

نيجيريا:

على الرغم من السيطرة الحكومية على الإعلام إلا أن محطات التلفزة والإذاعة تنوعت وتعددت في نيجيريا، وذلك بسبب الاختلاف العرقي وتعدد الأحزاب فقد قامت الحكومة مؤخراً بإنشاء محطاتها الخاصة التي تنافست مع المحطات الأخرى التي كانت أغلبها معارضة.

ومنذ التسعينات تعدد الإعلام أكثر في نيجيريا فقد فتحت آفاق جديدة منذ بداية التسعينات، وبدأت محطات الإذاعة بالبث ٢٤ ساعة يومياً.

غانا:

كما في نيجيريا فقد سيطرت الحكومة على الإعلام في غانا، ولكن اختلفت عن نيجيريا في أن الإعلام النيجيري الخاص نشأ تحت سيطرة عسكرية حكومية ولكنه لم يتأثر بالنزاعات والصراعات السياسية، على حين أن الإعلام الغاني نشأ في ظل الديمقراطية بعد حرب الشوارع العنيفة التي تعرضت لها البلاد.

أدى تحكم السلطة بالإعلام ورفضها منح الرخص الرسمية للصحفيين إلى شعورهم بالإحباط وتحول اهتمامهم من الصحف إلى الإذاعة فأنشأت عدة محطات إذاعية عام ١٩٩٤،واتخذت طابعا سياسياً في بثها للبرامج الإخبارية والموسيقية مما دفع الحكومة إلى متابعتها ومراقبتها والتحكم بها مما نتج عن ذلك إغلاق العديد من المحطات.

في بداية التسعينات وبموجب المعاهدة التي تمت بين الحكومة الغانية ومنظمة الاتصالات الدولية الأمريكية سمح لجامعة Legon بتأسيس محطة إذاعية خاصة بها ولكنها محدودة الانتشار، ولحقها عدة محطات أخرى في بداية ١٩٩٧ منها ما كان يبث ٢٤ ساعة متواصلة.

أما المحطات التلفازية فقد أنشأت ٣ محطات خاصة مستقلة تنوعت بحسي تنوع الأحزاب السياسية وخدمتها بشكل كبير.

ليبيريا:

كل المحطات التلفزيونية والإذاعية الليبيريالية حكومة تسيطر عليها السلطة وتغطي أخبارها وكالتين حكوميتين، يديرهما الرئيس الليبريالي Charles Taylor بنفسه.

سيراليون:

تبث وكالة الإعلام السيراليونية محطة تلفزيونية واحدة فقط وعدة محطات إذاعية تتحكم بها السلطة ولكن بنوع من الديمقراطية التي تمتعت بها البلاد خلال حكم أحمد جيجان الذي أبعد عن البلاد بعد الانقلاب العسكري الذي قام ضده، بعد ذلك أنشأت عدة محطات إذاعية خاصة مستقلة منها ما وصل بثها إلى غانا.

ساحل العاج:

أنشأت الحكومة محطة تلفزيونية وأخرى إذاعية في ساحل العاج وسمحت لمحطة إذاعية ترفيهية خاصة مستقلة واحدة بالبث تبعها محطتين كاثوليكيتين لاحقاً.

بينين:

في الوقت الذي كان منح فيه الدستور الحرية في بينين عام ١٩٩٧ للمحطات الخاصة بالبث تأسست حوالي ١٢ محطة إذاعية خاصة ومحطتين تلفزيونيتين

بحلـول ٢٠٠١، ولكن مع ذلك فـإن محطـة التلفزيون الوطنـي ومحطة الإذاعة الوطنيـة كانتا صـوت السياسـة الوحيد في البـلاد. وعلـى الرغم من ذلك أنشأ الإعلاميين في بينين محطات إذاعيـة مرتبطة بصحف معينـة كانت هي الصوت البينيني خارج بينين والذي انتشر في إفريقيا كلها.

مالـي:

سـمحت حرية القانون المالـي للمحطات بالبـث عام ١٩٩٢ بعـد الانقلاب الشـعبي الذي قام على ديكتاتورية الجيش فتأسسـت ٢٨ محطة إذاعية مسـتقلة حينها، وحتى الآن يوجد أكثر مـن ١٠٠ محطة منها ما يقـارب ٢٠ غير مرخصة رسمياً، أما المحطات التلفزيونية المسـتقلة فقد تم تأجيل منح الرخص الرسمية لها عدة سنوات إلى أن تأسست محطتين تلفزيونيتين مستقلتين.

السنغـال:

لم تتغير طبيعة الإعلام السـنغالي في فترة ما بعد الاسـتعمار فقد تمتع القانون بشـيء من الحرية حينها، عملت الحكومة على تشـغيل محطـة تلفزيونية إذاعية وطنية سنغالية رئيسية، كما تأسست عدة محطات إذاعية خاصة مستقلة.

شرق إفريقيا:

أن الإعلام في شـرق إفريقيا مثالاً على تحكم السلطة وسـيطرتها على البلاد، ولكن مع الوقت تطور الإعلام وتغير الدستور في معظم بلاد المنطقة.

كينيـا:

تميـز الإعلام المرئي والمسـموع فـي كينيا بالتحكـم التام والسـيطرة من قبل الحكومة فقد تبنـى الرئيس الكينـي Jomo Kenyatta أول رئيـس تولى الحكم بعـد الاسـتعمار سياسـة القمـع والسـيطرة المشـددة علـى المحطـات الإذاعية والتلفزيونية وخلفه بعد ذلك الرئيس Daniel Arap بنفس السياسة.

في بداية التسعينات بدأت شبكة التلفزيون الوطنية بالبث في نيروبي ثم بيعت بعد ذلك لشركة خاصة (Kenya Times Media Trust) ولكنها منعت من نشر الأخبار السياسية فبيعت بعد ذلك لشركة (The East African Standards)، التي حظرت عرض الموسيقى على شاشاتها وإذاعتها لاعتقادها بأن الموسيقى تحمل رسائل سياسية تخريبية مخفية.

كل تلك الممارسات على الإعلام تغيرت بحلول عام ١٩٩٧ أي بعد خمسة أعوام من الضغط والسيطرة، تم تعديل القانون الدستوري وأعلنت الدولة التعددية الحزبية وعقدت معاهدات تخدم مصلحة الإعلام وتمنحه شيئاً من الحرية، وبدأت الحكومة بمنح الرخص الرسمية لمحطات التلفزيون والإذاعة. ويوجد في كينيا أربع محطات تلفزيونية مستقلة على الأقل وأكثر من تسع محطات إذاعية.

تنزانيا:

كانت إذاعة تنزانيا دار السلام الوطنية هي اللسان المتحدث بصوت الحكومة في البلاد لعدة سنوات، ولكن الإذاعة كانت تعمل وتبث برامجها تحت ضغط كبير ورقابة شديدة من الحكومة، وتأسس عدد من المحطات المستقلة الخاصة ولكنها لم تكن تغطي كل البلاد من جهة ولم يسمح لها بتغطية الأخبار السياسية بشكل تام.

أوغندا:

تعد أوغندا الدولة الأولى من دول شرق إفريقيا التي تفتح المجال الجوي للمحطات الإذاعية الخاصة للبث خارج الحدود عام ١٩٩٣،كما سمح البرلمان بفتح مجال الإعلام الإلكتروني عام ١٩٩٦، ثم سن الدستور القانون الأوغندي الإعلامي الذي سمح يمنح الرخص الرسمية للمحطات الإعلامية عام ١٩٩٧.

هذا التحرر الإعلامي فتح الأفاق أمام الإعلاميين لتأسيس المحطات التلفزيونية والإذاعية التي تنافس التلفزيون والإذاعة الوطنية، وتعددت المحطات فمنها ما كانت دينية وعرقية وترفيهية وإخبارية.

جنوب إفريقيا:

أنغولا:

كما عرف قبلاً عن أنغولا أنها تعرضت لأكثر الحروب الأهلية ضرراً وأكثر الحكومات شدة وتسلطاً، ولكن على الرغم من ذلك تأسست محطة التلفزيون الوطنية الانغولية ومحطة الإذاعة الوطنية الأنغولية أيضاً، كما تأسست بعض المحطات المستقلة تلفزةً وإذاعةً.

بوتسوانا:

تأسست محطتين إذاعيتين مستقلتين في بوتسوانا عام ١٩٩٢ وبدأ البث التلفزيوني في البلاد عام ٢٠٠٠ لأول مرة، كما بدأ البث الفضائي الذي أتاح تنوعاً في المحطات ولكنه اقتصر على العاصمة فقط. امتلكت الحكومة المحطة الوطنية التلفزيونية والإذاعية، وسمحت للمحطات الخاصة المستقلة بالبث محلياً.

ليسوتو:

خففت الحكومة من كبحها لحرية الإعلام في ليسوتو تدريجياً، ففي عام ١٩٩٨ بدأت ٥ محطات إذاعية بالبث، ومن الجدير بالذكر أن الإعلام المسموع كان أكبر مصدر للمعلومات للعامة فقد كانت الصحف المطبوعة غالية جداً بسبب ارتفاع تكاليف الطباعة والنشر.

بالنسبة للحكومة فقد امتلكت التلفزيون والإذاعة الوطنية، وسمحت ببث المحطات الخاصة المستقلة المتنوعة في المنطقة.

مالاوي:

امتلكت الحكومة المحطات الوطنية في البلاد وسمحت بتشغيل المحطات الخاصة المستقلة، فتأسست ٧ محطات إذاعية مستقلة كلها على موجة FM عام ٢٠٠١، من أبرزها محطة The Dzimwe Station التي حصلت على ترخيصها عام ١٩٩٧ ويغطي بثها ٩٥كيلومترا وتصل إلى ٣,٢ مليون مستمع. ومن المميز في هذه المحطة هو تشغيل الكادر النسائي فيها.

موزامبيق:

المصدر الرئيسي للأخبار والمعلومات في موزامبيق هو الإذاعة الوطنية، وإلى جانبها ما يقارب ٤٠ محطة أخرى كلها تمول من الحكومة واليونسكو، أما المحطات التلفزيونية فقد أتيحت المحطة الوطنية البرتغالية وعدد من المحطات الأخرى في كل المناطق في موزامبيق.

في عام ١٩٩٩ سجلت الإحصائيات ١٠ محطات إذاعية حكومية منها ٨ دينية، و١٣ محطة مستقلة، محطتين تلفزيونيتين وطنيتين، ومحطتين مستقلتين.

جنوب إفريقيا:

عرف الإعلام المرئي والمسموع في جنوب إفريقيا بأنه متطور جدا على الرغم من أنه بدأ بالانتشار في منتصف السبعينات، فأسست الحكومة منظمة الإعلام الجنوب إفريقي والتي بدورها أنشأت ٣ محطات تلفزيونية رئيسية، وعدة محطات فضائية انتشرت في كل البلاد والبلدان المجاورة لها.

في عام ٢٠٠١ وصل عدد المنازل التي تحوي شاشات تلفزيونية إلى ٢,١٦ مليون منزل، تنوعت فيها المحطات بين أكثر من ٥٠ دولة إفريقية.

زيمبابوي:

تأسس في زيمبابوي محطتين تلفزيونيتين حكوميتين ومحطة إذاعية واحدة،

ولم يسمح للمحطات الخاصة بالبث، بل وأغلقت أحد المحطات التلفزيونية لعرضها برامجاً معارضة للحكومة. ولكن وفي وقت لاحق سمح لمحطة إذاعية خاصة بالبث امتلكها رجل أعمال يدعى Gerry Jakson بريطاني الأصل، حصل على الدعم المادي من بريطانيا للبث من خارج زيمبابوي.

المحتوى الإعلامي محلياً وعالمياً:

من المعروف عن الإعلام في الصحراء الإفريقية العظمى هو أنه اتخذ منحيين أحدهما محلي تميز بالوطنية والاقتصار على حدود البلاد، والثاني منحى عالمي ظهر لدى الإعلاميين الأجانب الذين قدموا إعلامهم بلغات أجنبية وتعدوا الحدود السياسية والجغرافية.

بعض المحطات المحلية نجحت في إبراز التعاليم والثقافات الوطنية واهتمت بأحوال الشعب داخل البلد الواحد، كما عرضت مشاكلهم وسردت قصصهم مما حقق لها ازدهاراً ونمواً ونجاحاً.

بعض المحطات استخدمت عدة لغات وعملت على دمج الثقافات وتنميتها لدى الناس عن طريق ما يعرض في مؤسساتها، وعلى نحو آخر فإن بعض المحطات اهتمت بالسياسة وانتقاد الحكومات مما أدى إلى إغلاقها أو توقفها عن البث.

في الوقت الذي تحرر فيه الإعلام وصدرت القوانين التي تسمح بحرية التعبير والكلام، استطاع الأفارقة استقطاب المحطات العالمية كمحطة BBC وCNN كما استطاعت المحطات الإفريقية نفسها الوصول ببثها إلى البلدان الأخرى.

علاقة الحكومات بحرية الإعلام:

أثبت الإعلام في إفريقيا بعد عام ١٩٩٤ أنه على الرغم من الضغوطات والرقابة الحكومية الشديدة في بعض الأوقات إلا أن بصيصاً من الأمل في الحرية لم يزل موجوداً بمساعدة الإعلام الإلكتروني من جهة والنشاط القائم لتطوير وازدهار الإعلامي من جهة أخرى، ففي العديد من الدول تم

تعديل الدستور أكثر من مرة بما يخدم حرية وديمقراطية الإعلام، لا نتجاهل النزاعات والضغوطات والجرائم والملاحقات التي سجلت تعرض لها الصحفيين في مختلف البلدان، ولكن على الرغم من ذلك اتخذت المؤسسات الإعلامية منهجاً منظماً لممارسة حريتها واحترام حقوقها عن طريق المنظمات والمعاهدات الرسمية من جهتهم والرخص الرسمية من جهة الحكومات التي حاول اغلبها استعمال الإعلام بكل أشكاله لخدمة مصالحها السياسية لأبعد الحدود، ولكن في نهاية المطاف استطاعت الصحافة بل الإعلام ككل اثبات وجوده كمؤسسات شعبية حرة تتكلم بلسان حال العامة وتهتم بمشكلاتها المختلفة وتنقلها للعالم أجمع.

التخلص من الرقابة عبر الإنترنت:

من المعروف أنه ٣ بالمئة من السكان في العالم هم مستخدمي الفضاء الإلكتروني وتقل هذه النسبة كثيراً عند التحدث عن دول الصحراء الإفريقية، نظراً لارتفاع تكاليف توصيل الخطوط الهاتفية والاشتراكات في الشبكة العنكبوتية.

عرف عن أكثر من ثلثي الدول في إفريقيا شدة رقابتها وتحكمها في الإعلام المطبوع والمرئي والمسموع، الأمر الذي كان صعباً عليها في الإنترنت، مما جعل الحكومات مترددة في السماح للناس باستخدامه ولكن على الرغم من ذلك فإنه وفي نهاية التسعينات كانت معظم الدول الإفريقية متصلة بالإنترنت ولكن بشكل محدود ومنظم، ومع مرور الزمن والانفتاح انتشر الإنترنت بشكل أكبر واستخدم عن طريق الحواسيب أو الهواتف النقالة، وتشير الإحصائيات إلى أن كل جهاز حاسوب في إفريقيا يخدم ٥ أشخاص لتصفح الإنترنت، وبمعنى أن عدد مستخدمي الإنترنت يصل إلى ٨ مليون نسمة. ويعرف عن دول الصحراء الإفريقية أنها أكثر الدول استخداماً للإنترنت عن طريق خطوط الهاتف، وقد بينت الدراسات أن تكاليف تمديد الخطوط الهاتفية واشتراكات الإنترنت تتضاءل يوماً بعد يوم في مختلف الدول الأمر الذي يسمح لأغلبية

العامة باستخدام الإنترنت وتصفحه.

وعلى الرغم من أن القارة الإفريقية هي الأكبر مساحة من بين القارات في العالم إلا أنها الأفقر من حيث استخدام الحاسوب، فقد سجلت الإحصائيات أنه في عام ٢٠٠٠ وجد حوالي ٨ مليون متصفح للانترنت في أفريقيا والأغلبية العظمى لأولئك في دولة جنوب إفريقيا المعروفة بأنها أكثر دول الصحراء الإفريقية تحرراً وتقدماً.

العلاقة بين وكالات الصحافة والإنترنت

في عام ٢٠٠١ اقترحت منظمة اليونيسكو مشروع اتحاد الصحافة مع الإنترنت بشكل يجمع الطرفين ويخدم مصلحتيهما، فتقوم كل وكالة أنباء صحفية بتغطية المواقع الإلكترونية بأخبارها وتقاريرها وتبادلها مع ما يدرج على الإنترنت، وبالفعل قامت عدة مشاريع لتنفيذ المقترح مثل:Union des editeurs d Afrique.

علاقة الديمقراطية بوسائل الإعلام:

أُستخدمت وسائل الإعلام سياسياً للانقلابات والانتقادات ضد الحكومات الديكتاتورية وتعد نيجيريا أكبر مثال ناجح على إقالة الديكتاتورية الحاكمة عن طريق الإعلام مابين عام ١٩٩٤ و١٩٩٩، ففي الوقت الذي عملت الحكومة على إسكات الشارع النيجيري وإغلاق الصحف وقمعها إلا أن بعض الصحفيين الأحرار تابعوا عملهم ونشروا التقارير وحرضوا الشعب ضد الحكومة إما عن طريق الهواتف الخلوية أو الإنترنت.

ومن الجوانب الإيجابية في استخدام الإنترنت للمصالح السياسية أنها تصل إلى داخل وخارج البلاد ففي كل الدول الإفريقية باستثناء زيمبابوي كانت أغلب محطات البث الإذاعي والإنترنت خارج البلدان الإفريقية تبث من بريطانيا أو فرنسا أو أمريكا.

آسيا والمحيط الهادي

يتسم الإعلام الأسيوي في القرن الواحد والعشرون بالتغيير والتنوع، حيث تتميز آسيا بعدد سكانها الهائل الذي يشكل ما نسبته ٦٠٪ من سكان الكرة الأرضية على ٢٩,٥ بالمئة من مساحتها. كما من بين أعلى عشر دول سكانا في العالم تقع ستة منها فيها. وتشكل الصين والهند مجتمعتين ثلثي سكان العالم في حين أن اندونيسيا أكبر دولة إسلامية في العالم. وتقدر دائرة الإحصاء السكاني الأمريكية أنه بحلول عام ٢٠٥٠ ستصبح الهند أعلى دولة سكانية في العالم وإن الصين ستتراجع إلى المرتبة الثانية. صحيح أن الكم السكاني الهائل يعني سوقا إعلامية أكبر إلا أن ذلك يسبب ضغطا هائلا على البيئة. فقد سكن ٣٥٪ من الناس المدن في عام ٢٠٠١ بينما في حين أنّ عدداً من الدول الواقعة شمالي المحيط الهادي مثل كريباتي وتونجا وفانيواتو وناورو لا يتجاوز عدد سكانها ثلاثمائة ألف نسمة. لكن الدراسة في هذا الفصل ستتناول الدول التي لا يقل عدد سكانا عن خمسمائة ألف نسمة وما يمكن أن يسمى نظاما عالميا.

على الصعيد الاقتصادي تمثل آسيا تناقضا حقيقيا أيضا فاليابان تمثل قوة اقتصادية تنافسية في التجارة العالمية بالرغم من التباطؤ الاقتصادي في السنوات الأخيرة، كما جذب اقتصاد "النمور الصغيرة الأربعة" سنغافورة وهونج كونج وكوريا الشمالية وتايوان الاهتمام العالمي قبل انهيار عام ١٩٩٧، وصنفت اليابان وسنغافورة وهونج كونج من بين أغنى دول العالم فمعدل دخل الفرد من الناتج القومي (٢٥,٠٠٠ دولار لعام ٢٠٠١) وكانت كوريا الدولة الثالثة في العالم في احتياطي العملات الأجنبية بعد اليابان والصين. ولكن وفي مكان آخر من آسيا يوجد أفقر دول العالم على الإطلاق مثل أفغانستان وبنجلادش ولاوس وميتمار ونيبال بمعدل سنوي لدخل الفرد لا يتجاوز ٩٠٠ دولار. وينتج مثل هذا الفارق الضخم في الاقتصاديات عن تنوع الأنظمة الاقتصادية والسياسية من رأسمالية وشيوعية في آسيا. لذا فإن فهم المستويات الاقتصادية المختلفة

والآخذة بالتطور يساعد في تفسير التطور الإعلامي في القارة.

تتنوع الأنظمة السياسية في آسـيا أيضا بين الملكية الدسـتورية كما في اليابان وتايـوان والأنظمـة البرلمانيـة الديمقراطيـة إلـى شـبه الديمقراطيات الشـيوعية والحكومات المتسـلطة وحكومات يتنـاوب عليها العسـكريون والمدنيون كما في باكسـتان. ولكن بالإجمال تتجـه القارة نحو التحـرر والديمقراطيـة كما في اندونيسـيا وكوريا الشـمالية والفلبين وتايوان. فـي حين تتجـه دول أخرى نحو الانفتـاح كالصيـن والهنـد وفيتنـام ولاوس. ويحدد النظـام السياسـي والثقافي شكل الإعلام في الدول الأسيوية.

تملك آسـيا إرثاً غنيـا ومتنوعا مـن الثقافـات فقد ظهـرت في آسـيا اثنتان من أربع أقدم الحضارات في العالـم وهما الحضـارة الصينية والهندية. كما لن اللغة الصينية تعتبر أقدم لغة في العالم والتي لا تزال مسـتخدمة حتـى اليوم. وما يزال تأثير تعاليم الفيلسـوف الصيني كونفوشـيوس حاضـرة في السياسـة والاقتصاد والثقافة التجارة في جنوب وشرقي آسـيا. أما الهند فهي موطن البوذية المنتشرة في أنحـاء كبيرة من آسـيا، أضف إلى ذلك أنّ آسـيا منبـع الأديـان العالمية اليوم وتحديدا الشرق الأوسـط حيث تتعايش هذه الأديان المختلفة في القارة نفسها. أن التزاوج بين الأخلاق والدين يضيف إلى آسـيا قوة وتنوعا مـن ناحية وتخلق للقارة تحديا من حيث التناغم والتجانس ومن ناحية ثانية.

إضاءات تاريخية:

ظهرت الصحافـة المطبوعـة بداية في آسـيا واسـتمرت لوقت أطـول من أي مكان آخر في العالـم. فقد ظهـرت نماذج لصحف في الصين فـي عام ٤٩ ق.م، حتى أنّ اسـتخدام الحبر ظهر قبـل ذلك بكثيـر (نحو عـام ١٤٠٠ ق.م) وكانت الكتابـة في البداية على شـكل فقرات من الشـعر تعـود لنحـو ٥٠٠٠ ق.م. وقد استعملت الصين الطباعة على الخشـب بكثافة في عام ٩٠٠ م. بينما استخدمت

كوريا المعادن في الكتابة حولي ١٤٠٠ ق.م. لكن مع أنّ اللغة الصينية انتشرت في اليابان وفيتنام وكوريا وبعض دول شمال آسيا إلا أن قلة من الناس أتقنتها، حتى في الصين نفسها لم يتقن الكتابة الصينية من أهلها سوى ١-٢ ٪ من السكان في القرن الأول الميلادي. بل إنّ ٥٪ فقط تمكنوا من الكتابة والقراءة باللغة الصينية مع نهاية القرن الثامن عشر. وفي فترة حكم سلالة مينج (١٣٦٨-١٦٤٤م) ظهرت عملية نشر وبيع أخبار المحاكم الدورية من باب تثقيف الموظفين والتجار، واستمرت المنشورات المطبوعة يدويا والصحف حتى بداية القرن التاسع عشر.

الصحافة في القرن التاسع عشر:

ظهرت الصحف باللغات الأصلية قبل الصحف المنشورة بلغة المستعمرين. فقد بدأت الحركة التبشيرية البريطانية بنشر مجلة باللهجة الصينية عام ١٨١٥. كما نشرت الصحيفة الأولى في أفغانستان وكوريا وبورما وباللغة المحلية. أما البعثة التبشيرية الأمريكية فقد أسست ما يعرف "بمسجلة بانكوك" في تايلاند عام ١٨٤٤. وقامت بعثات أخرى بإنشاء صحف تطبع في مطبعة جوتمبرغ وتعاد إلى آسيا عبر ميناء مالكة الماليزي. وكانت أول صحيفة هندية تنشر باللغة الإنجليزية "صحيفة البنغال" في كالكوتا عام ١٨١٦. كما قام راجي رام موهان روي أحد أشهر ناشطي الهند في السياسة والحرية الصحفية بنشر أول صحيفة بلغة هندية محلية في الهند عام ١٨٢١ ويطلق علية أحيانا أب الهند الجديدة. فقد كتب مذكرة لإلغاء النظام الصحفي الانجليزي في الهند عام ١٨٢٣. أما في شرق وجنوب شرقي آسيا فإن عددا من الصحف تعود بجذورها إلى القرن التاسع عشر السنغافورية مثل صحيفة "starts time" والماليزية "New striate time" في عام ١٨٥١. أما التايمز الهندية فهي أقدم صحيفة يومية تصدر باللغة الإنجليزية حيث أسست عام ١٨٣٨، وأخرى ثنائية اللغة صدرت في كالكوتا في عام ١٨٦٨. في حين صدرت أول صحيفة باللغة اليابانية عام

١٨٦٨. في البداية، كانت الصحيفة تتبع التوجهات الحكومية حتى جاء الإصلاحيون من الذين درسوا في الغرب ودخلوا عالم الصحافة فأسسوا ثلاثة صحف رائدة عام ١٨٧٠. وأما في الفلبين فقد ظهرت الصحف المتخصصة في الزراعة والتجارة والصناعة قبل الصحف اليومية العامة.

الصحافة في القرن العشرين:

توائم ظهور الصحافة في جنوب آسيا مع ظهور حركات التحرر فالصحافة الباكستانية انبثقت عن الجامعة الإسلامية وظهرت أساسا للدفاع عن استقلال الدولة الإسلامية عن الهند. وبحلول عام ١٩٢٥ نمت الصحافة الإسلامية من حيث الحجم والتوزيع بنحو ٢٢٠ صحيفة بتسع لغات بما فيها الأردية والإنجليزية والبنغالية. كما ساهم إنشاء وكالة أنباء إسلامية على يد محمد علي جناح في دعم الدول الإسلامية وقضاياها بالإضافة إلى تأسيس عدد من المنشورات ومنها "الجامعة الإسلامية" أحد أهم الصحف اليومية حتى يومنا هذا. وحتى بعد عام ١٩٤٧ وتحرر الهند من الاستعمار البريطاني لا تزال روح القومية تحفز نمو الصحافة حتى صارت الإصلاحات الاجتماعية والسياسية والقومية من أهدافها الرئيسية. وكان المهاتما غاندي الزعيم المشهور يعمل صحفياً لمدة ستين عاما، واستخدم الصحافة في نشر آرائه وأفكاره التحررية ونبذ العنف. كما دافع جواهر لانهرو أول رئيس وزراء للهند عن حرية الصحافة الكاملة. كما قام سن يأت سن وهو علم من إعلام الثورة الصينية بنقل وتغيير اسم "صحيفة الصين الوطنية" عام ١٩٠٣ بعد إغلاقها. أما الصحف اليابانية فقد خاضت معركة في التوزيع وليس في الاستقلالية في بداية القرن العشرين ذلك أنها حذت حذو بعض الصحف الصفراء الإنجليزية والأمريكية، فبالرغم من أنها كانت تقرأ لكنها لم تكن موثوقة.

وفي الثلاثينات سيطرت الحكومية اليابانية على الإعلام حتى انخفضت المنشورات بشكل مخيف نهاية الحرب العالمية الثانية.

نظرة على الإعلام الآسيوي

مرت القارة بمراحل تراوحت بين التحرر السياسي الشامل والنمو الاقتصادي البطيء في المنطقة، فمعظم الدول الأسيوية لا تملك نظماً إعلامية متحررة- ما عدا الفلبين وتايلاند- وربما يكون ذلك بسبب التأثير الأمريكي والبوذي، بالرغم من وجود بعض الأمل في تحرر الإعلام. فقد قامت حركات مناهضة للحكومة في كل من الفلبين واندونيسا وكوريا أدت إلى ظهور ديمقراطيات جديدة. وتراجعت القوانين العسكرية في كل من تايوان وتايلاند بعد عقود من القمع على أيدي الجنرالات، أما في الصين والهند وفيتنام فقد بدأت الإصلاحات الاقتصادية التي تمخضت عن انفتاح على العالم الخارجي والتدفق المعلوماتي.

إنّ دراسة حالة النمو الإعلامي في تلك البلدان تظهر وجود طاقة كامنة فيها، فقد تضاعف عدد الصحف والمجلات وسمح للعديد من الإعلاميين بالخوض في مواضيع كانت تعد فيما مضى من المحرمات. فكما ارتفع عدد الصحف في كوريا الشمالية من ٢٨ صحفية في عام ١٩٨٧ إلى ١١٥ صحيفة في عام ١٩٩٧ في حين قفز العدد في تايوان من ٣١ صحيفة عام ١٩٨٨ إلى ٣٦٠ صحيفة في عام ١٩٩٨، حتى شملت الإصلاحات الصين التي بدأت تنشر التحقيقات الصحفية.

لعل ما يقيد الإعلام في آسيا اليوم هو انهيار عام ١٩٩٧ والتباطؤ الاقتصادي العالمي والذي تمخض عن تراجع حاد في الإنفاق على الإعلانات وإغلاق بعض الصحف والبطالة والمنافسة في هذه الصناعة، لكن بالرغم من كل ما يعانيه الإعلام من ضغوطات فقد أصبحت الأخلاقيات المهنية على المحك، فالإثارة والفساد مشكلتان خطيرتان يعاني منهما الإعلام الأسيوي. فبعض الصحفيين في تايلاند والهند وكوريا الشمالية يتلقون الرشاوى لنشر معلومات أو قصص غير مصرح بنشرها، وهنا ترتفع الأصوات مطالبة بالمسؤولية الصحافية.

بالرغم من التوجه نحو الديمقراطية والحرية فما زالت السيطرة الحكومية والمراقبة الذاتية عقبة في وجه الإعلام. حيث يمارس الإعلام الحر بطرق مختلفة بحسب الدولة. ففي كوريا الشمالية واليابان يعني النجاح الإعلامي التعاون مع السلطات التي تمارس سلطتها عليها تحت شعار الصالح العام. فيمنع الخوض في الموضوعات الدينية والأخلاقية في سنغافورة وماليزيا خوفا من الصراعات الطائفية. كذلك الحال في الصين التي منعت الصحافة من تغطية الإضرابات العمالية خوفا من ردة فعل الصينيين وتدهور الأوضاع.

ولا يزال الإعلام يتطور في دول المحيط الهادي باعتماده على المعونة الخارجية والخبراء الأجانب في إدارة المؤسسات الإعلامية. فقد عملت نيوزيلندا واستراليا معا لإنشاء محطة راديو تبث لصالح جزر جنوبي المحيط الهادئ. مع أن الإعلام حر في تلك الجزر، إلّا أنّ الحكومة تتخذ إجراءات صارمة ضد الإعلام عندما ينشر معلومات عن الفساد الحكومي.

الإعلام المطبوع:

تعد دول شرق آسيا أكثر الدول توزيعاً للصحف وعلى رأسها اليابان. ففي عام ٢٠٠٢ وزعت صحيفة "يوموري شمبون" اليابانية عشرة ملايين نسخة وهو أعلى رقم في العالم حتى أنها دخلت كتاب جينيس للأرقام القياسية. عدا عن الصحف الأخرى التي تبيع ما يقارب أربعة ملايين نسخة سنوياً. والحال في الصين شبيه باليابان فيزيد توزيع إحدى صحفها عن ثلاثة ملايين نسخة. وتبيع تسع صحف أخرى أكثر من مليوني نسخة في العام. كما أن معدل قراءة الصحف في آسيا مرتفع أيضا الذي يعود ربما للكثافة السكانية وقد يكون السبب اجتماعيا كما في الصين حيث توجد اشتراكات الموظفين والطلاب في الصحف حتى أنّ الصين تنشر الأخبار عبر لوحات إلكترونية في الشوارع كي يتمكن المارة من قراءتها.

شرقي آسيا:

إنّ أي زائر للصين يتوقع أن يجد إعلاماً شيوعياً رصينا متحكم لكن المفاجئ أنّ الإعلام الصيني اليوم متنوع وتجاري بسبب الإصلاحات الاقتصادية والانفتاح على العالم الخارجي والاتجاه نحو اللامركزية. ومع خدمة الإنترنت أصبحت الرقابة الحكومية غير مجدية. لقد أدرك الناس أن الصحف والمجلات يمكن أن تكون عملاً مربحاً لذلك تشهد الصحف والمجلات تطورا كبيرا بالإضافة إلى نمو دورها السياسي مقارنة بدورها في السابق كأداة سياسية لا غير. ولأنّ الصين عضو في منظمة التجارة العالمية ودخول الصحف الأجنبية المنافسة قامت ستة عشر صحيفة صينية بإجراء إصلاحات جوهرية من بينها مجموعة "الأخبار الصينية" اليومية و"المجموعة الاقتصادية اليومية".

يتراوح توزيع الصحف الصينية السنوي بين المليون والمليوني نسخة. وأكثرها رواجاً هي الصحف التثقيفية والترفيهية، خصوصاً صحيفة المساء الرائجة في المدن الكبرى والتي تقلل من المواضيع السياسية وتركز على الهموم والاهتمامات الإنسانية، فعلى الصحف أن تكون منافسة ومربحة وتلبي احتياجات قرائها. فالصينيون الآن بحاجة إلى سوق جديدة وإيجاد إصلاحات وكيانات اقتصادية فعالة. ولكي تتمكن من المنافسة في السوق على الصحف والمجلات أن تتبع أسلوب التحقيقات الصحفية بالرغم من التشديدات الحكومية.

ومع انتشار ظاهرة الفساد في الإعلام الصيني دعى رئيس الإدارة العامة للأمانة الصحفية زانج باومنج أجهزة الإعلام إلى الكشف عن الفساد. فالرأي العام مهم جداً الآن حيث تعقد الحكومة الآمال على الإعلام لمحاربة الفساد. وقد برز نجم مجلة "نيانجي" من جراء تحقيقات أجرتها في القطاع المالي مع أن التشهير طال صغار الموظفين فقط. من اللافت للانتباه أيضاً انتشار الصحافة الصفراء والإثارة في الإعلام الصيني. كما يناقش المجلس التشريعي الصيني حقوق

الصحفيين في جمع الأخبار في ظل سيطرة الحكومة والحزب الشيوعي على الإعلام وعلى القوانين الصحفية وذلك لتحديد العلاقة بين الحكومة والإعلام.

تصدر صحيفة "reference news " (التي تصدرها وكالة Xinhua) قائمة الصحف الصينية من حيث حجم التوزيع الذي يصل إلى ٢,٧ مليون نسخة سنوياً. وما هي في الحقيقة إلا ترجمة للقصص الإخبارية التي تنشر في الصحافة الغربية والتي يبدو أنها ستحتفظ بموقعها في الصدارة بسبب تقديمها الخدمة الإخبارية على الإنترنت. وتظل صحيفة" peoples daily" سوط الحزب الناطق بتوزيع يصل إلى ١,٨٦ مليون نسخة سنويا.

تملك العديد من الصحف الصينية نسخاً إلكترونية بما فيها صحيفة" peoples daily". أما المجلات الصينية التي تركز على التثقيف وليس التسلية فقد تطورت بشكل هام. فتنتشر أعداد مجلة" consumer magazine" ذات المحتوى الإبداعي المبتكر أعدادها على رفوف المكتبات ومخازن الكتب. وحيثما اتجهت فانك تجد المجلات المتنوعة من الأزياء إلى الرياضة. كما توجد المجلات الغربية على أنواعها فمن كان يتصور أن تكون مجلة "Elle " و" Vogue" تباع في الصين في يومٍ من الأيام.

اتجهت التوقعات إلى تغير الإعلام في هونج كونج بعد عودتها للسيادة الصينية عام ١٩٩٧لكن أي من ذلك لم يحدث. فالإعلام في هونج كونج اليوم أكثر حيوية وتنافسية من أي وقت مضى، فبعد خمسة أعوام من عودتها للسيادة الصينية تمارس هونج كونج حرياتها المدنية والسياسية كما كانت في السابق. أن مجتمع هونج كونج مجتمع متخم إعلامياً وقد وصفت في السبعينات بأنها مدينة المائة صحيفة. واليوم تصدر في هونج كونج ما يقارب خمسين صحيفة وسبعمائة مجلة تصدر باللغة الصينية أو الإنجليزية أو ثنائية اللغة أو بلغات أخرى. تجمع هذه المطبوعات بين الأخبار العالمية والمحلية وتركز على التجارة وسوق الأسهم العالمي، كما يوجد هناك الصحف الشعبية التي تتنوع

بين الإثارة والشائعات والجريمة والإباحية.

أما الصحف السياسية فهناك اليمينية - التي توقفت عن الصدور في هونج كونج بسبب تراجع الدعم التايواني لها- واليسارية والمعتدلة والصحافة الخاصة التي تبتعد عن السياسة في تغطيتها للأخبار بسبب المراقبة الذاتية والضغط الاقتصادي. ويجذب الإعلام في هونج كونج الانتباه العالمي بسبب تغير ملكية بعض الصحف مثل " Maig Poa Daily News التي تم بيعها لمستثمرين ماليزيين وصينيين. كما تعد صحيفة "Maig Poa Daily News" و The Hong Kong Economic Journal أكثر الصحف قراءة ومن بين أفضل الصحف في الصين وفي المنطقة. وتتصدر صحيفتي Apple daily's و Oriental Daily" قائمة التوزيع بمقدار يصل إلى ٧٥٪ من حجم السوق بين الأعوام ١٩٩٧-١٩٩٨. وبفضل ازدهار سوق هونج كونج الإعلامي قامت العديد من الصحف والمجلات العالمية بفتح فروع لها هناك مثل الهيرالد تريبيون الإنجليزية ومجلة "وول ستريت"الاقتصادية.

مع انتهاء فترة الأحكام العرفية في تايوان ورفع الحظر المفروض على الصحافة عام ١٩٨٧ بدأ عصر جديد للصحافة التايوانية الصاعدة. فقد قفز عدد الصحف من ٣١ إلى ٣٦٠ صحيفة في عام ١٩٩٨. ولأن الحرية الصحفية ما زالت حديثة في تايوان فإن الصناعة لم تواكب الجو الجديد بعد. فمع دخول الألفية الجديدة تواجه صناعة الصحافة في تايوان تحديات جديدة محفوفة بالتباطؤ الاقتصادي. فقد أغلقت صحيفتان محليتان وتعاني اثنتان أخريان من صعوبات مالية وثالثة ترزخ تحت طائلة الديون.

إنّ انتشار المحطات الفضائية ومنافسة شركات الإعلان التي تحصد ما يعادل ‖٧٠ من عائدات الصحف ساهمت في تردي أوضاع صناعة الإعلام، بالإضافة إلى كثرة عدد الصحف في الجزيرة التي يبلغ عدد سكانها ٢٣ ملون نسمة. لكن الصحف الصغيرة تواجه الخسائر لأن لدى مالكيها طموحات سياسية

أو اهتمامات اجتماعية أكثر من الربح. واليوم تحتل المجموعات الإعلامية الصينية ٦٠٪ من التوزيع في الجزيرة و٧٥٪ من حجم الإعلانات. لم تشهد المجلات التايوانية الحظر ذاته الذي شهدته الصحف أيام الأحكام العرفية. بل كانت المجلات الوسيلة المفضلة للمعارضين السياسيين، وبعد انتهاء الأحكام العرفية ازدهرت مجلات المعارضة بشكل ملحوظ.

تملك اليابان أعلى نسبة توزيع للصحف في العالم وهي معروفة بحريتها الصحفية خمسة صحف يومية وطنية مقرها في طوكيو. وتتشابه هذه الصحف تقريبا في وجهات نظرها في القضايا العامة ولكنها لا تقترب من المواضيع السياسية. خصوصاً أنّ أرباحها طائلة ولا تحتاج إلى جلب مثل هذا الانتباه. من التفسيرات التي أقترحت لتحليل أسباب ارتفاع البيع هو التناغم بين أفراد المجتمع الياباني فإن شريحة كبيرة من المجتمع الياباني تقع ضمن الطبقة المتوسطة، ويعيش أكثر سكانها في المدن، ويتشاركون باستخدامهم الكثيف لوسائل النقل، وارتفاع معدل التعليم. ويمكن أن يكون السبب ما تقدمه الصحف من تنوع يرضي جميع الأذواق من الهزل إلى الجد إضافة إلى سرعة موزعي الصحف في اليابان إذ يوزع الواحد منهم ٢٥٠ صحيفة في ساعتين. كما أن خدمة إيصال الصحف إلى المنازل تشمل ٩٣٪ من اليابانيين. وتعتبر الصحف الرياضية والإباحية الأكثر مبيعاً. كما تصدر ثلاثة من الصحف الكبرى نسخاً باللغة الإنجليزية بما تحتويه من تنوع لافت.

لكن ليس كل ما يتعلق بالصحافة اليابانية مشرقاً فإن بعض القصص الصحفية غير موثوقة من وجهة نظر المواطنين، وكوسيلة إعلانية اثر التلفزيون على تقدم الصحف حتى جعلها في المرتبة الثانية منذ السبعينات. كما لن اليابانيون مولعون بالرسوم الكرتونية التي تحولت إلى صناعة مستقلة ذات مجلات أو مطبوعات خاصة أهمها "مجلة مانجا". والمجلات على عكس الصحف تباع في المحلات ولا توزع إلى البيوت.

تشبه كوريا الشمالية تايوان بتخلصها من النظام المستبد عام ١٩٨٧ وتحقيقها تقدماً اقتصادياً مبهرا شمل تطورا في قطاع الإعلام. لكن الإعلام الكوري اليوم يواجه تحديات كبيرة بسبب الأزمة الاقتصادية وملاحقة الحكومة لمالكي الصحف على خلفيات الضرائب والضجة التي حدثت بسبب الضغط السياسي على الصحافة الناقدة. نمت الصحف في كوريا بشكل لافت فمن خمسة وعشرين صحيفة إلى أكثر من مائة صحيفة يومية وآلاف الصحف الدورية، منها صحيفتان يزيد توزع الواحدة منها على مليوني نسخة في العالم، إضافة إلى صحيفتان يوميتان تصدران باللغة الإنجليزية. فبعد انتهاء الحكم العسكري تحسنت العلاقة بين الصحافة والسلطة وكذلك مع أصحاب الأعمال.

بالمقارنة مع كوريا الشمالية فإن كوريا الجنوبية تفتقر إلى التنوع والحيوية. فالصحافة الأجنبية محظورة وتكمن المهمة الرئيسية للإعلام في دعم القائد كيم جونج الثاني الذي خلف والده الذي حكم مدة خمس عقود.

جنوب آسيا:

من أقدم الأنظمة الإعلامية في جنوب آسيا الإعلام الهندي الذي يتسم بالتحرر وهو من أكثر الأنظمة تأثيرا بالإعلان العالمي المتطور. فقد بدأت الهند بتطوير إعلامها بعد الاستقلال عن بريطانيا عام ١٩٤٧ حيث كانت هناك ٣٠٠ صحيفة يومية وما يقارب ٢,٧٠٠ صحيفة دورية. وبحلول عام ٢٠٠٠ وصل عدد الصحف ٥٠٠٠ صحيفة وما يقارب ٢٧٠٠٠ صحيفة دورية، تصدر في اثنين وتسعين لغة ولهجة محلية بمعدل ٦٨ مليون نسخة في السنة. يتركز التوزيع في المدن التي لا قطنها سوى ٢٠٪ من مجمل السكان.

سيطرت الصحف الصادرة باللغة الإنجليزية على الإعلام في الهند حتى السبعينات، وتنظر الحكومة إلى هذه الصحف كمؤشر على الرأي العام لما تعكسه من وجهات نظر مستقلة علما بأنها لا تصل إلا إلى نخبة من الناس نظرا لارتفاع

معدل الأمية (٥٢٪). أما الآن فقد ظهرت صحف باللغات المحلية وذلك نتيجة لارتفاع نسبة التعليم والتحسن الاقتصادي والتكنولوجي وزيادة الوعي السياسي بين الناس. وتواصل الصحف المحلية جذبها للعامة في الهند بامتلاكها قاعدة أوسع من العلاقات من تلك الإنجليزية. كما تساهم الصحف الهندية في محاربة الأمية والتأثير على الرأي العام إذا أنّ ٣٥٪ من قرائها تتراوح أعمارهم بين ١٤-٢٤ ولأن الحكومة تسيطر على التلفزيون والإذاعة فإن الصحافة تلبي حاجة قرائها المختلفين. أما المجلات الإخبارية فتلقى رواجا بسبب التحقيقات الصحفية السياسية إضافة إلى المجلات الاقتصادية والتكنولوجية.

ولمناقشة وضع الإعلام في باكستان لابد من الأخذ بعين الاعتبار أنّ ٦٢٪ من السكان هم أميون ومعدل النشر أيضاً منخفض بسبب عدم إقبال الناس على شراء الصحف. فهي ملكية خاصة مستقلة عن الحكومة. وبالنظر إلى السيطرة الحكومية على التلفزة والراديو فإن الصحف أصبحت العامل الواقعي للتغيير الاجتماعي. وتنشر الصحف الباكستانية باللغتين الإنجليزية والأوردية. وتسيطر الأخبار السياسية على محتوى الصحف ونادرا ما تجد التسلية أو الأخبار الثقافية. أما المجلات الأسبوعية فهي شائعة في الباكستان لما تتناوله من موضوعات اجتماعية وتعليمية وثقافية وترفيهية وعلمية وعنايتها بقضايا المرأة والصحة والتجارة، فهي شاملة لكل جوانب الحياة في باكستان.

يبدو أنّ فرص الإعلام مشرقة في سيريلنكا ونيبال وبنجلادش وبوتان فقد شهد الإعلام السيريلنكي تطورا هائلا في العقدين الماضيين عندما قام الرئيس جي ار في عام ١٩٧٧ برفع القيود التي فرضها النظام السابق على الصحافة. ومنذ عام ١٩٧٩ ارتفعت أرقام التوزيع فيها بنسية ٣٠٪، كما أنّ أعلى نسبة تعليم في دول جنوب آسيا تقع في سيريلانكا بنسبة تعليم تصل إلى ٨٩٪ ولذلك فإن نسبة قراءة الصحف مرتفعة. تصدر الصحف بثلاث لغات الإنجليزية والتاميل وسنهالا بالإضافة إلى بعض المجلات الرائجة.

إزدهر الإعلام في بنجلادش بعد انتهاء الأحكام العسكرية في عام ١٩٧٩ حيث تتنوع الصحف من يومية إلى أسبوعية وتنشر باللغتين الإنجليزية والبنغالية. أما في نيبال فقد نما عدد الصحف اليومية بشكل كبير بسبب المبادرات الفردية والشركات الخاصة التي خلقت صناعة رابحة في هذا المجال. وتتصدر الصحف باللغة النيبالية قائمة التوزيع بما يزيد عن ٨٥٪ تليها الصحف باللغة الإنجليزية. أما بوتان ذات المليون نسمة فتصدر فيها صحيفة يومية واحدة فقط تنشر بثلاث لغات النيبالية والإنجليزية واللغة الرسمية لبوتان إلى جانب صحيفتان دوريتان كلاهما بالإنجليزية.

قضت الحروب الطويلة في أفغانستان على البنية التحتية قبل مجيء طالبان ثم جاءت هجمات ٢٠٠١ لتدمر ما تبقى من وسائل الاتصال. وعاني الصحفيون من القتل وخنق حرية والتعبير حتى ترك أكثرهم البلاد. لقد وعد الرئيس الحالي حامد كرزاي بحرية الصحافة ولكن التقدم في عالم الإعلام يعتمد على نجاح الجهود المبذولة من أجل إعادة بناء البلاد واستقرارها.

جنوب شرقي آسيا:

أدركت فيتنام التي انفتحت على السوق العالمي أهمية الاتصالات لأي عمل أو مشروع، فعملت كل وزارة ومحافظة ومؤسسة على إنشاء صحيفة خاصة بها إلى درجة أنّ المشرعين في فيتنام اشتكوا من "تخمة الصحف". لكن الصحافة الفيتنامية تأثرت بشكل واضح بالأزمة الاقتصادية التي ضربت آسيا عام ١٩٩٧. وتأثرت صناعة الصحافة تباعا خصوصاً الصحف الصادرة باللغة الإنجليزية التي تراجعت نسبة توزيعها إلى ٨٠٪ ومعظم قرائها من المستثمرين الأجانب الذين اضطروا إلى مغادرة البلاد على أثر تلك الأزمة.

وفي لاوس تصدر صحيفة أسبوعية واحدة باللغة الإنجليزية حيث تصف نفسها بأنها "بوابة الديمقراطية". أما في كمبوديا فهناك صحيفتان عاملتان كلاهما

بالإنجليزية. وفي مينامار أو (بورما) أغلق الحزب الاشتراكي الحاكم في الدولة صحيفتان في عام ١٩٩٣ ثم تم تأسيس ثلاث صحف أخر واحدة منها باللغة الإنجليزية. وفي عام ٢٠٠٢ تأسست صحيفة إلكترونية باللغة الإنجليزية تغطي الموضوعات السياسية والاقتصادية والتجارية والرياضية، بالإضافة إلى صحف المعارضة إلي بدأت تزدهر في بورما. أما تايلاند ذات الحكم الدستوري الملكي فهناك ينص القانون على منع نشر ما يسيء للعائلة المالكة ويسمح بنشر ما عدا ذلك، بالرغم من أنّ أصحاب النفوذ والسلطة يستعملون نفوذهم والرشاوى لنشر القصص المثيرة وحتى التشهير. وتنشر الصحف التايلندية المتميزة بالصينية والتايلندية والإنجليزية والألمانية واليابانية.

تزدهر الصحافة "الأليفة" في ماليزيا ذات الأعراق المتعددة. فالدولة تمنع نشر ما يثير النعرات الطائفية والعرقية أو الدينية. وتنشر الصحف بلغات متعددة حتى أن بعضها تصدر بأكثر من لغة في العدد الواحد. ولطالما انتقدت الحكومة الماليزية الصحافة الغربية ففي عام ٢٠٠٢ احتج "اتحاد جنوب شرقي آسيا للصحافة" ضد وزير الإعلام الماليزي بشان ملاحظات أبداها في "يوم الصحافة الحرة" متهما الصحفيين الفلبينيين والتايلنديين بالعمالة للامبريالية الإعلامية الغربية.

أما سنغافورة التي انفصلت عن ماليزيا في عام ١٩٦٥ وتتميز بالتنوع العرقي مثل ماليزيا إلا أنّ الدولتين لا تتبادلان الصحف فلا توزع صحف كل بلد في البلد الآخر. تقدم الصحافة السنغافورية خدماتها باللغة الصينية والإنجليزية بسبب ازدواجية اللغة والتعليم مع تشجيع الدولة على استخدام الإنجليزية لأنها لغة التجارة والاتصال العالمي.

قامت الحكومة في عام ١٩٨٠ بإغلاق عدد من الصحف مما اثر على نسبة التوزيع. وتسيطر شركة سنغافورة للصحافة لارتفاع نسبة مبيعاتها. أما الصحف التي أغلقت بشكل مؤقت فقد وعدت بالابتعاد عن السياسة وأصبحت تقدم المواضيع الترفيهية. كما يسمح للمنشورات الأجنبية الدخول إلى البلاد ولكن بصعوبة بالغة.

شهدت اندونيسيا تطورا كبيرا في الحرية الصحفية بعد خروج رئيسها الدكتاتوري السابق سوهارنو من السلطة في عام ١٩٩٨ ومنذ ذلك الوقت تعيش الصحافة حالة من التذبذب تبعاً للحالة السياسية والاقتصادية للبلاد. يشبه النظام الصحفي الاندونيسي النظام الصيني فهناك صحافة محلية وأخرى إقليمية يحكمها نظام التسلسل الإداري ولكن على عكس دول المنطقة فالصحافة في القرى مزدهرة أيضاً. ومن أهم الصحف وأكثرها احتراما وتوزيعا صحيفة كومباس. تنشر الصحف باللغة الاندونيسية ما عدا صحيفتان تصدران باللغة لإنجليزية. وهناك المجلات المنتشرة بكثرة وأهمها التي تنشرها وزارة المعلومات "داخل اندونيسيا " و"تمبو" الأسبوعية التي تنشر بالإنجليزية والاندونيسية واليابانية والفلبينية.

كان الإعلام والصحافة مزدهرين في الفلبين إلى أن جاء الحكم الدكتاتوري العسكري في عام ١٩٧٢ حيث تم إيقاف جميع المؤسسات الإعلامية والصحفية تقريباً وأبقي على صحيفة واحدة وتلفزيون واحد ومحطة إذاعية واحدة تملكها عائلة وأصدقاء الرئيس ماركوس. ولكن بعد سقوط نظام ماركوس بسنتين بدأت ثلاثون صحيفة بالعمل والنشر في الفلبين أهمها "مانيلا بوليتين" الأكثر احتراما وتوزيعا حيث تكمن أهميتها في دعمها لجهود البناء الوطنية. تنشر الصحف إلى جانب اللغة الفلبينية بالإنجليزية والصينية بالإضافة إلى العديد من الصحف الإلكترونية.

المحيط الهادئ:

تملك معظم دول المحيط الهادئ محطة إذاعية وصحيفة واحدة لكن الوضع تغير منذ بداية التسعينات حيث يعود الفضل في ذلك إلى زيادة النشر وارتفاع نسبة التعليم وإدراك المواطن لحقوقه. فقد ارتفعت نسب التوزيع الصحف في جزر فيجي وفانواتو وغينيا الجديدة وجزر سولومون وساموس علماً بأنّ جميع الصحف خاصة وليست حكومية. وتزعم غينيا بأنّ لديها صحافة مؤثرة

ومستقلة أكثر من أي دولة تقع جنوبي المحيط الهادئ. فعدد سكانها يفوق عدد سكان نيوزيلندا ولكنها أقل تطورا بكثير. وأما اقتصاديا فالصحافة فيها تعتمد على الحكومة الاسترالية والمستثمرين الاستراليين. مثل" Rupert Murdoch's ltd".

أما أشهر وأقوى الصحف في غينيا الجديدة فهي"post-courier" التي تطورت وارتفعت نسب توزيعها إلى ٣٠٠٠٠ صحيفة في عام ٢٠٠١ وبقي الأمر هكذا إلى أن اقتحمت صحيفة "the national" الماليزية مجال الإعلام في غينيا حيث سرعان ما اكتسحت السوق إلا أنّ كلا الصحيفتين تراجعتا أثر الأزمة الاقتصادية ليدخل منافس آخر وهي سلسلة شركات استرالية مثل "south pacific post ltd" عالم الصحافة في غينيا الجديدة. أما في فيجي فقد نمت الصحف وتطور الإعلام بانتهاء الحكم العسكري ووصول الحكومة الشعبية للحكم عام ١٩٨٧، كما تطور الإعلام بشكل ملحوظ في تونجا وساموا.

إعلام الإنترنيت:

من الملاحظ أنّ الإعلام إلكتروني متطور جدا في شرق وجنوب شرقي آسيا. فقد بدأت التلفزة والمحطات الإذاعية عملها في القارة بعيد ظهورها في الغرب. فالفليبين بدأت أولى محطاتها الإذاعية في عام ١٩٢٠ والتلفزيونية في عام ١٩٥٣. كما بدأت محطة إذاعة تايلاند بالعمل عام ١٩٣٠ والتلفزيون ١٩٥٤. وفي فترة الستينات كان هنالك ثمانية عشرة دول آسيوية تمتلك محطات تلفزة خاصة بها. كما وتبرز آسيا في بعض المجالات الإلكترونية فسنغافورة مثلا أول دولة في العالم تؤسس مواقع انترنت وطنية فيما يعرف "بالخريطة المعلوماتية السنغافورية". وتنافس ماليزيا سنغافورة لتصبح مركز الاتصالات الرئيسي في المنطقة. كما أسس الصينيون والهنود أقمارا صناعية للبث التلفزيوني. لكن التطور التقني في القارة يختلف من مكان إلى آخر فشرقي القارة أكثر تطورا من جنوبها، فهناك فرق شاسع بين سنغافورة وكمبوديا مثلا.

تعد آسيا سوقا إقليميا مثاليا في مجال صناعة الإعلام الإلكتروني، لان من عادة الأسيويين الانتقال إلى الدول المجاورة خصوصا الصينيون والهنود والفلبينيون حاملين معهم ثقافتهم التي انتشرت خارج حدود بلدانهم كالإسلام والبوذية والكنفوشية. فهذا التنوع والتأثيرات المشتركة صنعت حالة من تقبل الإعلام الإقليمي، فتلفزيون STAR من هونج كونج يبث برامجه باللغة الهندية والإنجليزية والماندرين إلى جنوب وشرقي آسيا وحتى العالم العربي أي بمعنى آخر أنه يقدم برامجه لنصف سكان العالم. ولكون هذه المحطة إحدى أبرز المحطات الفضائية في العالم فقد اشترتها شركة "Rupert Murdoch's ltd" الاسترالية عام ١٩٩٥ وتتأتي أرباحها من الإعلانات في العديد من الدول التي تريد الوصول إلى قاعدة كبيرة من المشاهدين. يليه تلفزيون "Asia vision" من حيث الأهمية باعتباره المصدر الرئيسي للأخبار في آسيا منذ إنشائه عام ١٩٨٤ ولكن الإعلام الإلكتروني لا يزال مراقباً من الحكومة لدواعي سياسية واجتماعية وثقافية.

شرق آسيا:

تقدم عشرة ألاف محطة إذاعية خدماتها لتسعين في المائة من السكان في الصين وأكثر من ثلاثة آلاف محطة تلفزيونية تقدم خدماتها لنحو ثمانية وثمانين بالمائة من السكان. كما وصل عدد مستخدمي الإنترنت في الصين عام ٢٠٠١ إلى ما يقارب ٣٠ مليون شخص. وفي استطلاع أجرته جامعة في بكين وجد أنّ الصينيين يقضون وقتا أطول في مشاهدة التلفزيون بمعدل ساعتين في اليوم وإن الإقبال على التلفزيون وقراءة الصحف والكتب أكثر من استخدام الإنترنت بكثير. شهد عام ١٩٧٦ أعلى نسبة مشاهدة للتلفزيون عندما بثت المحطات المحلية جنازة الزعيم الشيوعي الراحل ماوتسي تونج حيث كانت التلفزيونات صغيرة الحجم وغير ملونة. أما اليوم فإنها وسيلة التسلية الرئيسية في الصين لما تقدمه من برامج ترفيهية وإعلانات. تعمل المحطات التلفزيونية والإذاعية

بالتوافق مع الأنظمـة الإدارية العامـة. وترتكـز برامجها على الأخبـار والبرامج الحوارية والترفيهية والمسابقات.

تعد CCTV أهم المحطات التلفزيونية في الصين على الإطلاق. فبإمكانها أن تصنع أو تدمر أي شركة أو مشروع، فالعديد من الشركات والحكومات المحلية تدفع لهذه المحطـة لقاء مدحها لهم، بالرغم من أنّ الدفـع مقابل الأخبار ممنوع في الصين لكنّ الإغراء المادي يبيـح المحظورات. أما بالنسـبة لمتابعة الإعلام الأجنبي فباسـتطاعة المشـاهد الصيني متابعـة البرامج الأجنبية عبـر الفضائيات إلا أن القليل من الفنادق أو غرف الأخبار تسـتطيع مشاهدة CNN لأن الحكومة تمنع تركيب أجهزة اسـتقبال السـاتلايت على أسـطح المنازل والشرفات إلا أنّ العديد من الناس يسـتخدمها. أما بالنسبة للراديـو فما زال يحظى بشـعبية كبيرة خاصة في القـرى المحافظة حيـث تعتبر أخبـار الصباح أكثر برامجـه رواجا. لا يتوفر الإعلام الإلكتروني في كل مناطـق الصين فقد دعى رئيس الجمهورية إلى ضرورة إيصال خدمة التلفزيون والراديو إلى المناطق الداخلية والبعيدة والتي لا تصلها هذه الخدمات للمساعدة في تطوير النظام الاقتصادي والاجتماعي.

أما محطة الإذاعـة الصينية فهـي صوت الحكومـة حيث تقـدم الأخبار بثلاث وأربعين لغـة صينية وعالميـة. ولقد ظهرت شـعبيتها مـن خلال مسـابقة أجرتها المحطة حول السـياحة والاسـتثمار حيـن تقدم ما يقـارب ٢٦٠,٠٠٠ متسـابق من ١٥٥ دولة بالأجوبـة. ومن التحديات الأخـرى التي تواجه التلفـزة والإذاعة الصينية هـو التزامهما باتفاقيـة منظمة التجـارة العالمية التي تقتضي فتح السـوق على العالـم والتحضيـر للمنافسـة العالمية فقد تم تشـكيل تكتـل إعلامي صيني يضم الإذاعـة والتلفزيـون والأفلام وكل مـا يتعلـق بالصناعة. ويشـهد الإنترنت تطورا هائلا في الصين خصوصا في مجال التوظيف والتثقيف في القضايا العامة عبر الشبكة مع حرص الدولة على فرض تنظيمات حول المنشورات السياسية.

أما فـي هونـج كونـج فالإعـلام الإلكترونـي متطـور جـدا، وتحظـى البرامج

الترفيهية بشعبية كبيرة داخل وخارج الصين، مثل أفلام الكونج فو التي تصنع في هونج كونج وتلقى رواجا في أمريكا. يوجد في المدينة هناك ما يقارب ٣٨ قناة تلفزيونية بالإضافة إلى المحطات الإذاعية التي يستمع إليها نصف سكان المدينة يومياً. أما الإنترنت فهو من أكثر المجالات تطورا على مستوى العالم كله.

مع أن الصحافة في تايوان حرة إلا أن الإعلام الإلكتروني مراقب من الحكومة. وقد ارتفع عدد المحطات التلفزيونية والإذاعية بعيد انتهاء الحقبة العسكرية لدرجة أن تلفزيون "فورموسا" أصبح مدعوماً من قوى المعارضة، ومع ذلك فثلاثة قنوات من الخمس الرئيسية في تايوان تملكها الدولة كما تخضع العديد من المحطات الإذاعية لسيطرة الجيش والحزب الحاكم، وهناك أيضاً سبع محطات إخبارية في البلاد.

يعمل الإعلام الإلكتروني في اليابان بنظام البث الثنائي ولا يخضع للمراقبة ويعتمد على الرسوم المفروضة على الأسر. تعكس قوانين البث اليابانية الالتزامات السياسية والقيم الثقافية، فكل ما يهدد الأمن القومي والأخلاق محظور. وتقدم الأخبار والحقائق ووجهات النظر المتنوعة في القضايا الخلافية من دون إسفاف.

بالرغم من وجود العديد من المراسلين لليابان في دول العالم حيث أكثرهم متواجدون في الولايات المتحدة، إلا أنّ الإعلام الياباني اقلها في التقارير الإخبارية من بين خمس دول أجريت عليها الدراسة. أما في مجال الترفيه فتصدر اليابان الأفلام الكارتونية المشهور للعالم وتستورد جميع أنواع الأفلام، بالرغم من توقفها مؤخرا عن استيراد البرامج مما يعني البدء في اعتمادها على نفسها في شغل ١٥٠ ساعة بث أسبوعية لمحطاتها.

تعتبر برامج المسابقات التي لا مثيل لها في العالم من أشهر برامجها وأكثرها رواجا. ويتوقع أن تنخفض أرباح التلفزة اليابانية وترتفع عوائد الإنترنت بسبب

زيادة الإقبال على الاشتراك في الخدمة والذين وصل عددهم إلى ٣٥ مليون مشترك في الإنترنت اللاسلكي.

هناك شبكتان محليتان للبث التلفزيوني في كوريا الشمالية KBS MBC وثالثة للإعلانات هي محطة SBS ورابعة حكومية تعليمية هي EBS إضافة إلى شركات التلفزيون السلكية التي تبلغ في مجملها اثنتا عشر محطة تلفزيونية في البلاد. فقد الإعلام مصداقيته عندما خضعت الصحف ووسائل الإعلام لقانون "التوجيهات الصحفية" الذي فرضته الحكومة على قطاع البث. واحتكرت الحكومة وشركات الإعلان الكورية هذا القطاع فيها حتى عام ١٩٨١ مما يعني أنّ على شركات الإعلان الأجنبية التعامل مع الوكلاء الحكوميون عند شراء ساعات للبث. أما كوريا الجنوبية فلديها أكثر من ٢٠٠ محطة تلفزيونية

جنوب آسيا:

في عام ٢٠٠١ اجتمع ممثلون عن دول جنوب آسيا في ورشة عمل برعاية اليونسكو تحت عنوان "مجتمع الراديو" لتعزيز نشر الراديو في تلك الدول نظرا لأهميته في التثقيف والتوعية خاصة في المناطق القروية حيث تتواجد الأمية، كما أنه وسيلة فعالة في الدول متعددة اللغات أو ذات التضاريس الجبلية الوعرة كأفغانستان ونيبال والتي يصعب فيها الإرسال التلفزيوني. وحديثا ساهمت البطاريات المنخفضة السعر ونوعية البرامج المقدمة في زيادة نسبة مستمعي الراديو. لذلك يقبل المستثمرون على الاستثمار في الإذاعة والتلفزيون بشكل كبير.إلا أن الإعلام في بعض المناطق كالهند لا يلامس القضايا الجوهرية التي يعانيها الناس بل أن البرامج موجهة للطبقة الوسطى ولسكان المدن ولمراكز القوى. وتصم الدولة آذانها عن الدعوات المطالبة "بمجتمع الراديو" و"مجتمع التلفزيون" مع إدراكها بعدم جدوى السيطرة على الإعلام في ظل التوسع الهائل في عالم الاتصالات

أسهم العدوان على العراق (حرب الخليج) في عام ١٩٩١ في لفت انتباه

العالم إلى أهمية التلفزيون خصوصا عندما قامت محطة CNN ببث أخبار الحرب إلى العالم. فبدأت الشركات بنشر الساتلايت وإيصال خدمة الكابلات إلى المنازل، كما دخلت محطات فضائية مثل CNN وSTAR إلى السوق الهندي عام ١٩٩٢.

أما اليوم فإن ما يقارب سبعة وثلاثون مليون شخص يشاهدون القنوات الفضائية. أما "دوردشان" المؤسسة الإعلامية التي خضعت لسيطرة الحكومة طوال ثلاثين سنة تحررت وأنشأت ما يزيد عن خمس محطات تلفزيونية فضائية لتصل خدمتها إلى ٩٦٪ من السكان دون منافسة من أي شركة أخرى.

أما المحطة الإذاعية AIR التي امتلكتها الدولة سابقا بدأت تبث برامج تنموية موجهة خصوصا للقرويين من صحة وتعليم وتغذية وتدريب..إلخ.

قررت الحكومة الباكستانية إيقاف احتكارها للإعلام الإلكتروني عام ٢٠٠٠ وتحسين برامج التلفزيون والراديو الوطنيين لينافسا القنوات الخاصة. وقد خفضت الدولة رسوم الاشتراك في خدمة الإنترنت إلى النصف لتشجيع استخدام الإنترنت وتطوير صناعة المعلومات. ومنذ تأسيس الإذاعة الباكستانية عام ١٩٤٧ وهو يعتبر وسيلة الاتصال الأبرز في القرى نظرا لتعدد اللغات حيث يقدم برامجه بواحد وعشرون لغة محلية ويوافي السكان بمستجدات الأخبار والبرامج الزراعية التي يعتمد عليها أكثر من ٦٠٪ من المزارعين الباكستانيين حيث ٨٠٪ من السكان يعيشون في القرى. كما يسهم الإنترنت حاليا في تثقيف وتعليم القرويين. ويصل البث التلفزيوني لحوال ٨٢٪ من السكان، ويستخدم في محاربة الأمية ورفع نسبة التعليم عن طريق ما يقدمه من برامج تعليمية لطلاب المدارس والجامعات.

ولا يزال الراديو مؤسسة حكومية في بنغلادش مدعوما برسوم الترخيص والإعلانات حيث تؤمن الحكومة البنغالية بحرية تدفق المعلومات وتسمح

باستيراد الساتلايت والمحطات الفضائية والبرامج الأجنبية. ويلقى الراديو شعبية هائلة في سيرلانكا (الممول من رسوم الترخيص وعوائد الإعلانات) وتعتمد برامجه على الموسيقى والأخبار والبرامج الثقافية، ويبث بست لغات وهي الإنجليزية والعربية والتاميلية والأردية والسنهالية والهندية. وإضافة إلى أربع محطات تلفزيونية في سيريلانكا.

وبعد التغيرات الجذرية والاتجاه نحو الديمقراطية في نيبال تغيرت معها سياسات وتعليمات وأنظمة فسمحت الدولة بإنشاء محطات إعلانية تجارية والساتلايت والتلفزيون السلكي ومحطات بث محلية. أما الراديو فهو الأقوى في التثقيف والتعليم والزراعة حيث يبث بخمس لغات محلية إضافة إلى اللغة الإنجليزية. كما ظهرت في نيبال المحطات الرياضية لشغف الناس بالرياضة هناك، بالإضافة إلى المحطات الأرضية. في حين كانت أول محطة إذاعية ظهرت في بوتان عام ١٩٧٣ وتبث بأربع لغات منها الإنجليزية. ولم يكن لبوتان تلفزة وطنية حتى عام ١٩٩٩ عندما أدركت الدولة أهمية انتاج البرامج المحلية. أما بالنسبة لأفغانستان فعليها أن تبدأ من الصفر لعدم توفر البنية التحتية للبث التلفزيوني أو الإذاعي بسبب الحرب. فهي اليوم أحوج ما تكون إلى الخدمات العامة وتلبية احتياجات الفقراء الغير متعلمين أو القرويين البعيدين عن أعين الدولة. لذا في عام ٢٠٠٢ قامت الحكومة الانتقالية بوضع قانون يتواءم مع القانون الدولي لحقوق الإنسان يضمن حرية الصحافة ويسمح للمواطن الأفغاني أو الأحزاب السياسية أو المنظمات أو الحكومة الأفغانية بإنشاء مؤسسات إعلامية بصرية وسمعية، وبذلك ينحسر الاحتكار الحكومي على الإعلام.

جنوب شرقي آسيا:

تحتكر الحكومة الإعلام في كل من ميتمار (بورما) ولاوس وفيتنام وكمبوديا. فقد دخل التلفزيون مينمار عام ١٩٨٠ حيث تقوم الحكومة على تشغيله مع الإذاعة أيضاً التي تبث الأغاني بشكل كثيف، أما صحافتها فتنشر الرسائل التي

تعزز أيديولوجيا الحكم إلا أن إذاعة صوت كمبوديا الغير حكومية (والتي تأسست عام ١٩٩٥) لا زالت تبث باللغة الإنجليزية وتصل موجاتها إلى أمريكا حيث تزعم هذه الإذاعة بأنها لا تخضع للحكومة وأنها تدعم الديمقراطية وحرية الصحافة. كما تقدم إذاعة صوت كمبوديا الأخبار على الإنترنت. وهناك سبع شبكات تلفزة في كمبوديا ويوجد لدى اثنتين منها محطات إذاعية بالإضافة إلى محطة الإذاعة الوطنية الرسمية لكمبوديا.

دخل التلفزيون إلى فيتنام عام ١٩٦٦ عن طريق القوات الأمريكية أثناء الحرب حين بدأ الإعلام الإلكتروني من خلال تأسيس التلفزيون المركزي واللجنة الحكومية للراديو والتلفزيون وصوت فيتنام الذي يقدم خدماته محليا وإقليميا. ثم أنشأت ثلاث شبكات تلفزة وطنية تبث الأولى بالإنجليزية والثانية بالفرنسية والثالثة تبث الموسيقى والفن والإعلانات بالإضافة إلى خمس شبكات تلفزة إقليمية.

تملك لاوس شبكات تلفزة وإذاعة وطنية حكومية التشغيل. وهناك محطات إذاعية عاملة مختلفة لصوت آسيا الحر وراديو لاووس الوطن الذي يقدم خدماته في كمبوديا بالإنجليزية والفرنسية والتايلندية والفيتنامية. أما تايلند فلديها ست شبكات تلفزة بما فيها تلفزيون وإذاعة الجيش. وهناك ما يزيد عن عشر محطات بث تلفزيونية منها بوذية أخرى مسيحية. ويسيطر الجيش والأسرة المالكة على جميع شبكات التلفزة تقريبا. يملك ٩٠٪ من الشعب التايلندي أجهزة تلفزة أما عن البرامج فهي محلية وأجنبية وفي الغالب أمريكية.

تسيطر وزارة المعلومات على الإعلام الماليزي بما فيها الإذاعة والتلفزيون الذي دخل البلاد عام ١٩٦٣. ويوجد هناك محطتا تلفزة وسبع محطات إذاعية حيث تملك الحكومة حصصا كبيرة في بعض هذه القنوات. ويمنع نشر إعلانات عبر التلفزيون الماليزي عن الدخان أو المشروبات الروحية أو الجينز أو برامج تحتوي على العنف والجنس فهي من المحرمات. يعكس التلفزيون

القيم والأخلاق الماليزية ويقدم الأخبار التي تدعم الحكومة وتمنع قناة CNN.

تراقب وزارة الاتصالات وهيئة البث السنغافورية ما يقدم في التلفزيون والراديو حيث يقدم اتحاد البث السنغافوري خدمته بالماليزية والإنجليزية والصينية والتاميلية. ويقدم اتحاد الإذاعة ثلاثة عشر محطة محلية وثلاث محطات دولية بلغات متعددة موجهة لمنطقة جنوب شرق آسيا. وكما في ماليزيا فهناك العديد من المحظورات في الإعلام السنغافوري من مواد مخلة أو محرضة على العنف.

نظراً لطبيعة اندونيسيا الجغرافية (عبارة عن آلاف الجزر المعزولة) وانخفاض معدل التعليم فإن الإذاعة هي الوسيلة الإعلامية الأوسع انتشارا في البلاد. وتعتبر الإذاعة الوطنية أكبر شبكة عاملة في البلاد حيث تأسست في عام ١٩٤٥ مع إعلان الاستقلال. ويهدف القائمون على المحطة الإذاعية إلى تطوير برامجها لتناسب المستمعين الريفيين. أما تلفزيون جمهورية اندونيسيا فبدأ عام ١٩٦٢ بمساعدة من اليابان للتحضير للألعاب الأسيوية الرابعة. وأما اليوم فهناك محطات كبيرة رئيسية في كل منطقة إضافة إلى الشبكات التلفزيونية الخاصة. ولاندونيسيا قمر صناعي خاص بها لذا تصل موجات التلفزيون إلى القرى البعيدة النائية. وحاليا يوجد هناك خمس شبكات تلفزة وطنية وثمان محطات فضائية وثلاث شبكات إذاعية وطنية و٧٠٠ محطة إذاعية محلية غالبيتها خاصة.

تتضاعف أعداد المحطات الإذاعية والتلفزيونية في الفلبين بسبب سياسة حرية المعلومات التي انتهجتها الحكومة بعد سقوط نظام ماركوس. فالراديو يعتبر من أهم وسائل الإعلام في القرى ومن أكثر برامجه تأثيرا هي البرامج الحوارية. وتملك العائلات الثرية والمتنفذة في الدولة معظم المحطات الإذاعية وتمارس الكنيسة الكاثوليكية تأثير كبيرا على الفلبينيين. يقدم راديو "فيريتاس" ذو الخمس وأربعون محطة إذاعية خدماته بخمس وثلاثين لهجة محلية وهناك خمس شبكات تلفزة خاصة وواحدة عامة.

ومما سبق يلاحظ أنّ نسبة الحصول على خدمة التلفزيون في سنغافورة ثم ماليزيا وتايلاند هي الأعلى في آسيا. بينما تحتل لاووس وكمبوديا وميتمار النسبة الأقل، حيث تعود هذه النسبة ربما لانخفاض معدل التعليم.

تتطور الصحافة الإلكترونية بشكل ملحوظ في عدد من دول جنوب شرق آسيا مثل ماليزيا والفلبين وتايلاند واندونيسا وكمبوديا. وجميعها تقدم خدمتها بالغات المحلية والإنجليزية.

المحيط الهادي:

لا تزال العديد من المحطات الإذاعية في المنطقة تخضع إلى سيطرة الحكومة المباشرة أو غير المباشرة إضافة إلى تأثرها بالمستعمر سواء الأسترالي أو النيوزلندي أو الأوروبي.

يواجه الإعلام إلكتروني في دول المحيط صعوبات جمة في التمويل والتدريب ولوجود التدخل الحكومي وانخفاض الرواتب وقدم المعدات وتعدد اللغات. ومع ذلك يقوم الراديو بربط الجزر بالعالم الخارجي وهو متوفر حتى في الدول التي لا تملك صحفا، فجزر الكوك على سبيل المثال تطرح أهدافها من خلال الإذاعة. أما جزر الماشال فإن نظام الراديو خليط بين الخدمة العامة. ولكن معظم الأخبار في إذاعات أو تلفزيونات جنوب المحيط الهادي أخبار بلا قيمة أو قديمة.

تزود نيوزيلندا واستراليا المنطقة بمستجدات الأخبار ولا يعتبر الراديو مشروعا مربحا في جزر المحيط حتى أن بعض الإذاعات تقوم بأنشطة أخرى لتمويل الإذاعات كبيع الأدوات الكهربائية مثلا كما هو الحال في تونجا وسولومن. وبالبعض الآخر ينفق على إذاعته من اتصالات التهنئة وإعلانات التعازي. أما في غينيا الجديدة فهناك أكثر من خمس وعشرون محطة إذاعية محلية ودولية وثلاثة محطات تلفزة. وفي ساموا فإن محطة إذاعية تخدم سكان

الجزيرة بثلاثة موظفين فقط وثمانية في تونجو. وبرغم كل الصعوبات فهناك لا تزال تلفزيونات عاملة في المنطقة ولا يزال نظام أشرطة الفيديو تستخدم بكثافة خصوصا في المنطقة التي لا يوجد بها تلفزيون.

خدمات جديدة:

بالرغم من كثرة وكالات الأنباء في آسيا إلا أنها لا زالت تأمل في الحصول على المعلومات بطريقة أفضل وإن تتدبر أمر التدفق المعلوماتي الهائل، فالوكالات الحكومية والخاصة تعملان معاً على التعاون في المجالات المختلفة. يوجد هناك وكالتي أنباء محليتين في آسيا هما "شبكة الأنباء الأسيوية " وهي شبكة أخبار صحفية يومية تنشر في المدن الأسيوية و"الأخبار العميقة" وهي الوكالة الداعمة للاقتصاد وقضايا التطوير. تملك معظم الدول الأسيوية وكالات أنباء محلية ولكن يستثنى من ذلك فيجي وبوتان وتايوان واليابان. ويتحكم بعضها في الأخبار الواردة من المنطقة أو الخارج كوكالة الأنباء الكورية المركزية.

شرقي آسيا:

لدى الصين وكالتي أنباء محليتين " Xinhua" و"وكالة الأخبار الصينية" وكلاهما موجهتان لخدمة الشعب الصيني وكلاهما مملوكتان للحكومية. أما Xinhua فتشغل أكثر من ثلاثين مكتبا في الصين وثلاثة آلاف موظف ومائة مكتب في اثنين وتسعون دولة، وأغلب موظفيها من الصينيين الذين يعاملون كدبلوماسيين ويتمتعون بالحصانة الدبلوماسية. تنقل الوكالة يومياً ما يقارب خمسين ألف كلمة في الداخل وستون ألفاً في الخارج وبستة لغات، كما تراقب الأخبار الواردة. ولتنافس في السوق فقد أضافت Xinhua مجموعة من الصحف إلى نشاطها. أما "وكالة الخدمة الصينية" فتعمل في الداخل وفي الخارج بالإضافة إلى خدماتها عبر الإنترنت.

وهنالك أيضاً وكالة وطنية وحيدة في هونج كونج تخدم الصين وتايوان وهونج كونج بالطبع. "كيودو" وكالة أنباء تعاونية غير ربحية، لها مكاتب في أربعين دولة وترسل ما يقرب من مائتي ألف كلمة إلى الداخل يوميا لكثرة عدد وكلائها المحليين. كما تقدم خدمتها باللغتين اليابانية الإنجليزية نظرا لاهتمام الغرب بالرياضة اليابانية. وهناك وكالة أنباء خاصة وهي " jiji " التي تأسست عام ١٩٤٥ فهي تغطي الأخبار المحلية والخارجية أيضاً باللغتين الإنجليزية اليابانية. وتملك كل من كوريا الشمالية والجنوبية ومنغوليا وكالات أنباء محلية.

جنوب آسيا:

من بين دول جنوب آسيا تملك الهند وكالات أنباء متعددة حكومية وخاصة أشهرها وكالة الثقة الهندية PTI وهي وكالة خاصة غير ربحية تملكها الصحف المحلية. تأسست عام ١٩٤٧ وتقدم خدمتها لجميع الصحف الهندية والمحطات الخارجية، ولها أكثر من مائة مكتب حول العالم. كما يوجد هناك ثلاثة وكالات أنباء رئيسية في الباكستان وأهمها الوكالة الجديدة العالمية NNI تأسست عام ١٩٩٢ تقدم خدماتها لجميع الصحف وتنشر بالإنجليزية والأوردية والسندية. ولدى NNI مشتركون من أوروبا وأمريكا والشرق الأوسط والأقصى وجنوب آسيا. أما بنجلادش فتملك ثلاث وكالات أنباء ولسريلانكا اثنتان ونيبال وكالة أنباء واحدة وجميعها حكومية ولا تملك بوتان وكالة أنباء خاصة بها.

جنوب شرقي آسيا:

بتشجيع من اليونسكو قامت دول المنطقة بتأسيس وكالات أنباء خاصة بها في السبعينات حتى أصبحت من أميز وأهم الوكالات في العالم. فالوكالة التايلندية معروفة بتحررها من السيطرة الحكومية المباشرة. وطبقا لقانون البرلمان لعام ١٩٦٧ أنشأت وكالة الأنباء الماليزية تحت إدارة وزارة المعلومات "بيرناما" ولها مراسلون في أنحاء مختلفة من العالم حتى في

أوروبا وأمريكا وأستراليا حيث بدأت منذ عام ١٩٩٨ بنشر أخبارها عبر محطة تلفزيونية تابعة لها، وحديثاً تقوم بتوزيع الأخبار عبر الإنترنت، بينما تملك أندويسيا ثلاث وكالات أنباء فقط.

عندما بدأت ممارسة الحرية الصحفية في الفلبين توقفت الدولة عن السيطرة على وكالة الأنباء الحكومية وظهرت وكالات أنباء خاصة. كما تعمل الوكالة التاليلندية TNA تحت وزارة الإعلام ويتم التوزيع عبر التلفزيون والراديو والإنترنت. أما VNA الفيتنامية المرتبطة بالحكومة مباشرة فهي مخولة لتقديم بيانات رسمية تعكس وجهة نظر الدولة في القضايا الهامة الوطنية والعالمية.

المحيط الهادي:

تعد PACNEWS وكالة الأنباء الوحيدة في المنطقة وتستفيد من خدماتها جميع جزر المحيط، حيث تقدم الوكالة تغطية شاملة للأحدث في المنطقة للمؤسسات الإعلامية والوكلاء التجاريون، كما ترسل الأخبار عبر البريد الإلكتروني أو الفاكس.

علاقة الحكومة بالإعلام:

تتنوع الأنظمة السياسية في آسيا وتختلف العلاقة بين الإعلام والسلطة من دولة إلى أخرى بحيث يمكننا أن نجد مثالاً على نظريات الصحافة الأربعة في الدول الأسيوية، فهناك الصحافة الحرة في اليابان والإعلام المملوك للدولة في فيتنام والصين والصحافة المتطورة في الهند والفلبين والصحافة المستبدة في سنغافورة وماليزيا اللتان تراقبان الإعلام عن كثب. إذا كان هناك شيء مشترك في الإعلام الأسيوي فهو مساهمته في البناء الوطني. فقد رزخت معظم الدول الأسيوية تحت الاستعمار الأوروبي إلى أن نالت استقلالها بعد الحرب العالمية الثانية وقد كان الإصلاح الاقتصادي على رأس الأجندة الحكومية في آسيا في ظل الأعداد السكانية المرتفعة.

من المعروف أنّ التطوير الصحفي بدأ في الهند والفلبين ولكن بأشكال متنوعة. يتعاون الإعلام والسلطة معاً من أجل بناء الوطن في المجتمعات المتقدمة بينما في المجتمعات القمعية يخدم الإعلام السلطة ويحقق أغراضها السياسية فقط، ويعاقب عندما يخالف أو يتعرض لرموز السلطة.

تتنوع آليات السيطرة على الإعلام من تراخيص ومصادرة وإيقاف التوزيع والإعلانات والإغلاق، كما يمكن أن يعاقب الصحفيون لأسباب مثل التشهير وعصيان الأحكام العرفية والإخلال بالأمن.

شرقي آسيا:

تملك الدولة الإعلام في الصين، فعلى الإعلام أن يتبع سياسات الحزب الشيوعي الحاكم والحكومة. وإن كان يعتبر الإعلام أداة للتعليم والتطوير والمعلومات والترفيه. وربط المواطنين بالحكومة. يبقى النظام الإعلامي في المسار من خلال التعليمات وتعيين أو إقالة المحررين، لذلك يطالب الإعلاميون والقضاة بقانون يحمي حرية جمع المعلومات ويناقش قانون الإعلام من قبل المجلس التشريعي لكن البرلمان الصيني اقترح تشريع قانون للصحافة عام ٢٠٠٠.

ولقد جاءت الحاجة لمثل هذا القانون عندما رفض بعض المسؤولين إجراء مقابلات في وسائل الإعلام وتحطيم كاميرات المصورين وتقييد بعض الصحفيين من قبل الحكومات المحلية. لذلك بدأ العمل بهذا القانون في كثير من مناطق الصين، وتستخدم الحكومة الآن الإعلام لمحاربة الفساد. ولمراقبة الإعلام عبر الإنترنت منعت الحكومة المواقع المخصصة للإعلانات التجارية من تقديم الأخبار. كما أغلقت مواقع مثل، CNN، CBS، BBC L.A TIMES لأسباب سياسية، ومواقع أخرى تعارض القيم الأخلاقية كالمواقع الإباحية والتي تعرض العنف. ويمكن الوصول إلى مواقع الأخبار الغربية الأخرى

لكن من الصعب الحكم على نوعية المواقع المقبولة في الصين من تلك غير المقبولة. ففي عام ٢٠٠٢ تم إغلاق موقع Google بسبب معلومات اعتبرت غير صحيحة عن الرئيس السابق.

وعن العلاقة بين الحكومة الصينية والإعلام في هونج كونج فقد وعدت الصين بالعمل بمبدأ "دولة واحدة ونظامان مختلفان" ومنح المدينة الاستقلال الكامل في كافة الشؤون ما عدا الدفاع والخارجية. وتتمتع هونج كونج بنظام إعلامي حر في الغالب فهو ملكية خاصة يعتمد على حالة سوق الإعلانات.

إنّ حرية الصحافة والتعبير أمران مقدسان ومصانان في دستور هونج كونج الذي وضع عام ١٩٩٧. فمن المعروف أنّ قوانينها الحكومة البريطانية ألغيت عندما وقعت الصين وبريطانيا معاهدة إعادة هونج كونج عام ١٩٨٥. كما دعت انا شونج أستاذة القانون في هونج كونج إلى ضرورة حماية الصحافة من التهديدات القانونية موضحة أن قوانين القضاة تحمي السلطة أكثر من حمايتها الصحافة ودعت إلى ضرورة التخلص من عقلية ما قبل الدستور ولفتت إلى أنه ما لم يتم تعديل موقف القضاء فسيبقى الصراع قائما بين الصحافة والقانون في المدينة.

أما في تايوان فقد رفعت الرقابة المفروضة على الإعلام بانتهاء الحكم العسكري، فقد كان الحديث عن استقلال تايوان من المواضيع المحرمة لكنه الآن يناقش في الصحافة بحرية تواكب التغيرات في الحكومة التايوانية. وما تزال السلطات تواجه صعوبة في ضبط الإعلام الإلكتروني، فقد أدركت منذ التسعينات أنّ الإطار القانوني الذي يحيط بالإعلام لم يعد مقبولاً في ظل تكنولوجيا وأنظمة الحاسوب المتطورة.

يتمتع الإعلام في كل من اليابان وكوريا الجنوبية بالحرية لعدم وجود التدخل الحكومي، لكنه لا زال يوصف بكونه "أليفاً" لا يحمل أي نوع من المعاداة للحكومة وذلك بسبب تأثيرات أفكار المعلم والفيلسوف كنفوشيوس التي

تدعو المواطن إلى التخلي عن اهتماماته الخاصة للصالح العام، وعلى الدولة في المقابل أن ترعى المواطن وتهتم به. ولأجل الصالح العام يمارس اليابانيون والكوريون مراقبة ذاتية على إعلامهم ويرفقون بالحكومة إلا أنهما نجحتا بفضل النظام الرأسمالي.

ظهرت الحاجة في اليابان مؤخراً إلى تشريع يحمي المعلومات وحقوق المواطن متجاهلة اعتراضات الصحف. لذا فقد وافق مجلس الوزراء على إصدار مشروع قرار ضد التعدي على الخصوصية. أما الإعلام الكوري فهو موال للحكومة منذ أن تحررت كوريا الجنوبية من الحكم العسكري وعادت إلى الحكم المدني. باستثناء ما حصل من الخلاف بينهما على خلفية تهمة التهرب من الضرائب المزعومة عام ٢٠٠١ حين أمرت الحكومة بإجراء تحقيقات حول الموضوع وأعادت فرض الضرائب الباهظة وأمرت بحبس مالكي أكبر صحيفتين في البلاد. لكن الصحيفة أعلنت أنّ الحكومة اتخذت هذا الإجراء ضدها بسبب نقد الصحيفة لسياستها مع كوريا الشمالية. ولكن المجموعات الشعبية دعمت موقف الحكومة.

جنوب آسيا:

تحاول الحكومات في جنوب آسيا أن تقيد الصحافة من خلال التوجيهات التي تقدمها من اجل التطوير الوطني، وترى أنّ على الإعلام أن يتعاون لتقديم الأخبار الإيجابية والموجهة ودعم السياسات الحكومية وخطط التطوير المجتمعي. كما أنّ الحكومة تراقب الصحف المسيئة وتعتقل الصحفيين الذين لا ينصاعون للسيادة الرسمية. وتسود المراقبة الذاتية في سيريلانكا وبنجلادش ونيبال. فالحكومة السيريلانكية تمارس الرقابة المباشرة على الصحافة تحت غطاء قانون مكافحة الإرهاب الذي اقره البرلمان، وبالنتيجة فإن الصحف تتجه لعدم معارضة الحكومة أو انتقاد إجراءاتها. بالإضافة إلى الرقابة العسكرية المحكمة بسبب حرب العصابات المستمرة. وما زال الطريق أمام

الحرية الصحفية في سيريلانكا طويلاً فقد قضت محكمة بالحكم على المحرر المشهور فيكتورايفان بأربع تهم تشهير على خلفية تحقيقات أجراها حول فساد ضابط شرطة وسوء معاملة للأطفال في إحدى دور الرعاية وتحقيقات حول سوء إدارة معبد بوذي ومقال عن إساءة التصرف لنائب وزير الصحة. وقامت مؤسسة الصحافة العالمية IPI بتوجيه رسالة إلى الرئيس السريلانكي عام ٢٠٠١ موضحة أنّ المؤسسة قلقة جدا من استخدام الحكومة السريلانكية لقانون الجرم بالتشهير ضد الصحفي الموقر الذي عارض الفساد والإساءة. ويشهد لايفان بحسن سلوكه فقد كرمته نقابة الصحفيين السيرلانكيين وجامعة كولومبو لعمله البارز في كلية الحقوق.

تسلط الحرب على الإرهاب الضوء على الإعلام في الباكستان مع أنّ الدستور الباكستاني يحمي حق الحصول على المعلومات حتى مع غياب قانون صريح يحدد ذلك. لكن المجتمع الباكستاني لا زال مجتمعاً منفتحاً على الرغم من بعض محاولاته في مقاضاة إعلاميين إلا إنّ استقلال المحاكم قضت على المحاولات الحكومية تلك.

لقد حدثت العديد من التغييرات في نيبال منذ التسعينات وإقرار الديمقراطية نظاما للبلاد فضمن الدستور حرية التعبير والتفكير بشكل عام. ورفض الحظر على المعلومات والإعلام أو القيود التي قد تفرضها الحكومة.

لا يزال شكل العلاقة بين الإعلام والسلطة في أفغانستان غير واضح بسبب الحرب على الإرهاب لكن الأمل لا يزال معقوداً على الحكومة الانتقالية، حيث تعهدت الحكومة على لسان وزير الإعلام والثقافة باستقلال الإعلام وحريته وتمكينه من القيام بدوره ومنح الناس فرصة التعبير في ظل شفافية حكومية.

بالرغم من ذلك فإن الإعلاميين في أفغانستان يعانون من العنف ضدهم من مختلف القوى. أما الهند فلم تشهد أية محاولة لقمع الحرية الصحفية

سوى في فترة حكم انديرا غاندي التي حكمت بقانون الطوارئ ووكثفت من خلاله رقابتها على الصحافة. وبزوال تلك الفترة عادت الهند إلى سابق عهدها بممارسة الحريات الصحفية ومحاربة الإعلام الفساد والمحسوبية والأعمال الضارة من خلال التحقيقات الصحفية التي تجريها الصحف والمجلات. وقد أثمرت تلك التحقيقات عن الكشف عن فضائح السياسيين المالية بما فيهم رئيس الوزراء. وكجميع السلطات في آسيا تحاول الحكومة الهندية فرض قانون جديد على الحرية الصحفية. مما جعل البعض ينتقد هذا المشروع لما وصفوه بخدمة مصالح البيروقراطيين. ويبقى على دول جنوب شرق آسيا أن تحارب من اجل حرية الصحافة لان الحكومات تحدد المطبوعات وتأخذ حصصا للإعلان وتفرض القيود وتشغل الإعلام الإلكتروني.

جنوب شرقي آسيا:

إنّ تأثير الكنفوشية في سنغافورة وماليزيا قوي جداً لذلك فإنّهما يؤمنان بمبدأ إيصال معلومات محددة للمواطن. فالدين والعرق من الموضوعات المحرمة في كلا البلدين.

من جهة أخرى، تعمل الصحافة في سنغافورة وفق منظومة من القوانين، مع أنّ الدستور يقضي بحرية التعبير لكنه مقتصر على المواطن السنغافوري مما يعني أنّ على الصحافة الأجنبية الإلتزام بالقانون السنغافوري. ويتطلب القانون أيضاً استصدار رخصة سنوية للصحافة المطبوعة وفق قانون عام ١٩٧٤ كما يمنح الحكومة حق منع توزيع الصحف الأجنبية إذا ما ارتأت ذلك. وكما تحمي الحكومة السنغافورية سياستها فإنها تحمي قيمها أيضاً بمنع المواد الإباحية وما إلى ذلك، وتراقب الإعلام الإلكتروني والإنترنت، وتمنع المواطنين من تركيب الأقمار اللاقطة الخاصة بالمنازل بموجب القانون.

وفي دراسة أجرتها منظمة " بيت الحرية" على الإعلام في دول جنوب

شرق آسيا صنف من خلالها الإعلام في تلك الدول على أنه حر أو حر جزئياً أو غير حر على الإطلاق حيث تبين أنّ الإعلام في سنغافورة يعتبر "غير حراً" ومع تدهور الوضع في لاوس واندونيسيا فقد صنفت الصحافة "بالحرة جزئياً" و"الحرة" فقط في الفلبين وتايلاند.

مع أنّ القيود والتراخيص المفروضة على الصحافة في اندونيسيا رفعت إلا أنّ الشركات الإعلامية الخاصة تدار بواسطة أو تملكها أسرة الرئيس السابق سوهارنو، كما أنّ المحطات الإذاعية تجبر على بث برامج معدة من قبل الحكومة بالرغم من أنّ المحطات لها الحرية في اختيار برامجها. أما في الفلبين فتقدم مئات المحطات الإذاعية الحرة وجهات نظر متباينة، والحريات الصحفية مصونة من الدستور فلا تراخيص تفرض على الإعلام بأشكاله.

مع ما يقدمه الإعلام التايلندي من وجهات نظر متنوعة فهناك لا تزال عقوبات بالسجن على التجاوزات الإعلامية وعلى رأسها التعدي على رئيس الدولة. كما تمنع وسائل الإعلام المختلفة من نشر ما يثير النعرات الطائفية والتعصب الديني أو العرقي أو الانحلال الخلقي، ولا يوجد قانون يحمي حرية الحصول على المعلومات. وكأي مكان آخر يتعرض الصحفيون للتهديد والضغط الحكومي وفعلا فقد أرسلت تحذيرات للصحف المخالفة لمنظومة المخصصات الإعلانية.

أما ماليزيا فتفرض ترخيصا سنوياً على الإعلام إلكتروني والمطبوع كما أن محطات التلفزة والراديو ملكية حكوميا. وكذلك الحال في فيتنام إلا أنه بالإضافة لذلك يتم تقييد عمل الإعلاميين بحكم قانون منع التشهير والإخلال بالأمن القومي. ومن الممكن انتقاد الحكومة إلا أنه لا يمكن انتقاد الحزب الشيوعي الحاكم. وتملك الحكومة وسائل الإعلام في لاوس تلك الدولة الشيوعية وتسيطر عليه بصرامة. وتفرض عقوبات بالحبس ضد النشر المخالف لسياسة الحكومة أو ما يسمى "بالإعلام المضلل" على الإنترنت حيث قد تصل عقوبة الحبس إلى خمسة عشر سنة.

تتحكم الزمرة العسكرية الحاكمة في بورما (اومينمار) بالإعلام في البلاد، فهي تراقب المطبوعات قبل نشرها. ويمنع دخول الصحفيين الأجانب فيضطرون للعمل من تايلاند. وفي كمبوديا فإن انتقاد الحكومة يعتبر خيانة لذلك يبقى الإعلام إلى جانب المسؤولين مع محاولة تصحيح الوضع الراهن. والإعلام الذي يعارض الحكومة يهدد بالإيقاف أو حتى الإتهام بجرائم يعاقب عليها القانون وتقريباً فإن كل التلفزة مملوكة للدولة.

المحيط الهادي:

لا تخضع الصحافة للرقابة الصارمة في دول المحيط الهادي كدول جنوب آسيا. فيسمح بانتقاد الحكومة في غينيا الجديدة عبر المحطات الإذاعية التي تسيطر عليها الحكومة. ويخوض الإعلام في الجزر معركة ضد الضغط الحكومي ولكنه يبقي على نوع من التوازن لان التقاليد في المنطقة تدعو إلى احترام المسؤولين وعدم التعرض لهم بالنقد أو بأي عمل قانوني بحكم العادات والحصانة. فقد نشرت صحيفة الباسيفيك الأسبوعية تقريرا يقول إن جزر الكوك تكذب بشان حل مشكلة اللاجئين من الإرهاب.

وأظهرت صحيفة محلية رغبة الناس الكبيرة بحرية إعلامية ولكن المشكلات التي تحدث من وقت لآخر تعطلها. ومن هذه المشكلات التهديدات التي وجهتها الحكومة إلى صحيفة "كوك هيرالد" والتي هددت بفرض قيود اكبر على الصحافة، لكن الصحيفة دعت إلى عدم اتخاذ الحرب على الإرهاب ذريعة لتعطيل الحريات الصحفية.

ولا تزال التهديدات ضد الحرية الصحفية قائمة في الجزر. فقد قال حاكم جزيرة تونجا " لا نحتاج الديمقراطية حتى نزدهر" ويعتبر المسؤولون في الجزر أن الديمقراطية نظام غربي لا يناسب مجتمعهم. ولا يتأثر الإعلام هناك بالعولمة، فعندما يتطلب الأمر تغطية أحداث معينة يقوم بها إعلاميون من الخارج والنمط الدارج أن يبقى إعلاميو المنطقة صامتين.

الحرية الصحفية:

وجدت الحرية الإعلامية في آسيا منذ نحو خمسة عشر عاما لكن الاهتمام يتصب الآن حول المسؤولية والأخلاق في الديمقراطيات الجديدة. أما المصداقية الإعلامية فهي في أزمة حقيقية بسبب الإثارة وعدم الدقة الاهتمامات الخاصة لأصحاب المؤسسات الإعلامية وممارسة الرقابة الذاتية. عندما نفحص الحريات الصحفية في آسيا لابد لنا أن نطبق نظريات الصحافة الأربع التي سبقت الإشارة إليها والتي من الممكن أن تمتد لتصبح خمسة أو ستة نظريات. لكنها نظريات غربية قد لا تتلائم مع المجتمعات الشرقية الأسيوية.

بحسب بيت الحرية فإن اليابان يأتي في المرتبة الأولى في الدول الأسيوية التي تحترم الحريات الصحفية ثم تليها كوريا الشمالية. لكن كيف تكون اليابان الأكثر حرية والمعلومات تخضع لنظام "نادي الصحافة" الذي تتدفق فيه المعلومات من الحكومة إلى الصحافة. تنتقد الصحافة اليابانية لعدم قدرتها على إجراء تحقيقات حول الفساد في الدولة للعلاقة التي تربط الإعلاميين الياباتيين بالمسؤولين في الأندية الصحافية. كما انتقد الإعلام الياباني عندما حدث الانهيار الاقتصادي عام ١٩٩٧ لعدم اطلاع الناس على المستجدات الاقتصادية. صحيح أنّ الإعلام في اليابان متحرر لكنه محكوم بالعادات الاجتماعية وبسيطرة النوادي الإعلامية بالإضافة إلى الرقابة الذاتية. وبذا تكون معايير بيت الحرية أو النظريات الأربع للأنظمة الإعلامية في الشرق غير دقيقة.

التحررية الفوضوية:

تعيش أندونيسا والفلبين وتايوان حرية لم تشهدها من قبل بعد عقود من التحكم والقمع الحكومي. لكن كون الحكومات المتتالية لهذه الدول ضعيفة وتحاول فرض القوانين وكسب ثقة الشعب ومن هنا يمارس الإعلام حريته. فعندما تسقط الأنظمة والقوانين المتسلطة تبرز الرغبة بنظام إعلامي جديد

لا يحتاج إلى تراخيص. لكن الأزمة الاقتصادية كانت سبباً في تدمير بعض الصحف من جهة وسبباً في إنعاش الصحافة الصفراء مما أدى أيضاً إلى أن تنتهك الحريات. فالصحفيون الاندونيسيون الذين لا يتمتعون بأخلاقيات المهنة ويؤثرون مصالحهم الخاصة على العمل الإعلامي وقول الحقيقية خير مثال على ذلك.

وقد تم إلغاء آلية الترخيص ومنصب وزير الإعلام ثم تم وضع قانون الحرية الإعلامية لمعاقبة الذين يعرقلون نزاهة المهنة في عام ١٩٩١. لكن بعض فئات الشعب الاندونيسي لا تزال تهدد الصحفيين وتخوفهم حتى زادت حوادث العنف والتخويف على المائة حالة عام ٢٠٠٠. كما وقد تقوم الحكومة بأعمال إرهاب الصحفيين كما منعت أحد أهم المراسلين الأجانب من دخول اندونيسيا، فالحرية هناك ما زالت ضعيفة.

أما القصة في تايوان فتختلف لأنّ البلد الذي تحرر من الحكم العسكري انفتح على الحرية الصحفية بشكل واسع خصوصاً في قصص الجرائم والفضائح السياسية. فقد أوردت إحدى الصحف أدلة على تورط مرشحة سياسية في فضيحة جنسية وتهافت الصحفيون للحصول على الأشرطة التي تدينها دون تحري الدقة. فالصحافة الحرة التي كانت مطمحاً في يوم من الأيام تحولت اليوم إلى عدو للشعب لتأثيرها وسلطتها. أما الإعلام الإلكتروني فلا زال يخضع للسيطرة الحكومية التامة.

يعتبر الفلبينيون صحافتهم الأكثر تحرراً في آسيا فقد وصفوا إعلامهم بالتعدي والفوضوي والحيوي أيضاً. يمارس الصحفيون عملهم بكفاءة لدرجة اضطرت بعض المسؤولين إلى الاستقالة مما زاد في وعي الناس بالقضايا العامة. ولكن أسيء استخدام هذه الحرية وأتهم الصحافيون بالمتاجرة بالذوق العام من اجل الإثارة والمنافسة حتى أنّ بعض مالكي الصحف يستخدمون صحفهم للترويج لتجارتهم ولأراءهم السياسية. كما يهدد الضغط الاقتصادي

النزاهة الصحافة في الفلبين، فقد تخفف الصحافة من انتقاداتها للشركات للحصول على الإعلانات وأحيانا أخرى تتقرب من بعضها لصلات تربطها بمالكي الصحف. في المجمل تعتبر الصحافة الفلبينية ضعيفة بسبب الضغوط المتنوعة عليها، بالرغم من وجود بعض الصحفيين هناك يدافعون عن حرية الصحافة بحياتهم فمنذ عام ١٩٨٦ قتل ثلاثة وثلاثون صحافيا فلبينيا ومعظم هذه الحوادث لم يكتشف فاعلها.

حرية المراقبة الذاتية:

تعد اليابان وكوريا أهم دول المنطقة في المراقبة الذاتية بغض النظر عن المستوى الاحترافي للصحفيين. مع أنّ الدولتين تتبعان نمط الديمقراطيات السياسية الغربية إلا أنهما تحافظان على المبادئ الكنفوشية والعادات الأسيوية، فاحترام السلطة أهم من التجارة والربح. من الأمثلة على المراقبة الذاتية عدم التعرض للعائلة المالكة أو أعمال الإمبراطور السابق الذي حكم اليابان مدة اثنان وستون عاما. فعند وفاة الإمبراطور قدم التلفزيون الياباني برامج تشيد بانجازاته وغزوه لكوريا ولمدينة ناجنج التي ذبح فيها أكثر من ثلاثمائة ألف إنسان دون التعليق على أي من الحدثين. ولا تظهر الكثير من التحقيقات حول الحكومة. لذلك ترى لوري فريمان أنّ الإعلام الياباني محتكر من قبل أندية الصحافة والمؤسسات الصناعية والتكتلات الإعلامية مما يقيد الإعلام ويقتل المنافسة ويقلل من ثقة العامة. ويريد الإعلام الياباني المحافظة على الوضع الراهن لأنّ الصناعة الإعلامية بخير على الحال التي هي عليه.

كذلك هو الحال في هونج كونج وتايلاند فالمراقبة الذاتية متواجدة عندما يتعلق الأمر بالمواضيع السياسية الحساسة، وتنافس الصحافة الصفراء في السوق في المواضيع غير السياسية.

كانت التوقعات حول مستقبل الحريات الصحفية كئيبة عندما عادت هونج

كونج للسـيادة الصينية. لكـن أيا من ذلـك لم يحـدث. فالحريات لـم تتغير من حقبة الاسـتعمار والى مـا بعدها. ولكـن وفي الذكرى الخامسـة لعـودة المدينة للسـيادة الصينية نشـرت نقابة الصحفيين في هونج كونج تقريرا عن ممارسـات الحكومة الصينية القامعة للرأي العـام والمعارضـة، إلا أنّ "أخبار الصين" نفت هذا الادعاء مبينة مقدار التنوع والحرية الصحفية التي تتمتع بها هونج كونج وإن ٩٥٪ من اجتماعات وأنشـطة سـكان المدينة قانونية. ويرى البعـض أنّ الحريات في هونج كونـج مهددة من الرقابة الذاتية بسـبب الخوف من السـلطات الصينية بينما يرى البعـض الآخر أنّ الحرية فيها لا تقل عن تلك فـي الولايات المتحدة. وفي تايلانـد أيضاً فإن العائلـة المالكة والثقافـة الوطنية تعتبر مـن الموضوعات المحرمـة، لـذا يـرى المراقبون أنّ علـى الإعـلام التايلنـدي الإمعان فـي إجراء التحقيقـات حـول الفسـاد وإبقـاء النـاس على إطـلاع بما يحـدث. لكـن يقوم الصحفيون أحيانا بإساءة اسـتخدام الحريات خصوصا في التنافس على السوق وبالتحيز في تغطية الخلافات المحلية.

استبداد الكنفوشية:

سـادت الأنظمة الإسـتبدادية في الصحافة منذ ظهورها لكن طالما أنّ الصحافة تعمل بشروط الحكومة فإن الحكومة تبقي نفسـها بعيداً ولا تتدخل. فالإعلام في سنغافورة شريك للحكومة في عملية التطوير إذ يرفض المسؤولون هناك أسلوب جيمس بوند في الصحافة. فقد حذر المسـؤولون في ماليزيا وسـنغافورة من اتباع نمط الحريـة الغربية في المجتمعـات المتعددة الأعراق حيث من القيم الأسـيوية المعروفـة تقديم مصلحـة المجتمـع على مصلحـة الفرد بينمـا الغـرب فإنه يعنى بحرية الفرد ومصلحتـه. وتركز الحكومة على المسـؤولية أكثر مـن تركيزها على الحريات، وتبقي الأنظار مفتوحة على الصحافـة لاعتقادها أنّ حرية الإعلام تقود إلى النزاع والفوضوية وعدم الاسـتقرار. وتتمثل التهديـدات الحكومية للصحافة من خلال التراخيص والدعاوى القضائية والتخويف المباشر للصحفيين.

يمتزج الإعلام في سنغافورة بالترفيه وتخضع المواد الصحفية المستوردة من الخارج والبريد الإلكتروني والأقراص المدمجة والإنترنت والتلفزيون جميعها لمراقبة الدولة. ويسيطر حزب العمل الشعبي والحزب الحاكم على الملكيات الإعلامية من خلال شراء حصص في الصحافة السنغافورية. كما تراقب الصحف الأجنبية بحيث إذا بدا منها ما يعارض سياسة الحكومة فإنها تمنع من التوزيع في البلاد كنوع من العقوبة وتفاديا لحدوث ذلك تراقب الصحافة الأجنبية ذاتها أيضاً.

تنتقد الصحافة الماليزية الحكومة من وقت لآخر الأمر الذي يثير غضب المسؤولين لكن الإعلام الماليزي أليف بطبعه ويتوائم مع السياسة العامة لذا فهو يعتبر فاقداً للمصداقية من وجهة نظر البعض. كما أنّ الوصول إلى المعلومات مقيد بعدة قوانين في سنغافورة وماليزيا التي يعود بعضها لحقبة الاستعمار. وهناك أيضاً قانون الإنترنت وقانون الأسرار الرسمية وقانون الصحافة والنشر. لكن تسير الدولتان إلى طريق الانفتاح بفعل العوامل الاقتصادية والتغييرات في أنظمة الكشف عن المعلومات.

ولا تنتشر الثقافة الكنفوشية في كل المجتمعات فالصحافة في الباكستان تتمتع بحرية أكبر، وانتشار للإعلام الإلكتروني. لكن الدستور الباكستاني يحرم الإساءة إلى الدين الإسلامي أو الجيش أو السلطة القضائية التي تحمي بدورها حرية ونقاشات العامة والإعلام. فقد رفضت المحكمة العليا أمرا حكوميا بمنع نشر صحيفة the mirror لذلك يقتصر تأثير الحكومة على الصحيفة من خلال التوجيه.

يوصف الإعلام في دول المحيط الهادي بكونه منحاز السلطة ومع ذلك فهو أفضل حالاً من دول آسيا. لكن الحكومة من القوة بحيث يمكنها أن تضغط على الإعلام كما قامت السلطات الفيجية بطرد صحفيين ألمانيين تابعين لصحيفة PACNEWS، ولا تذاع الأخبار في محطة إذاعة ساموا دون أن

يوافق عليها الرئيس أولاً، وقد تم حبس ناشـر في تونجا بتهمـة تحقير البرلمان، وفي سـاموا أيضاً تم تهديد إعلامي بالقتل هو وزوجته وأحرقت مزرعته لنشـره تحقيقات عن إصدار جـوازات مزورة وتقارير عـن ارتفاع المديونيـة وأنباء عن تحطم طائرة حكومية. وفي بوبا نيـو غينيا منعت الحكومة ثلاثـة من الغينين من إجراء برنامج حواري عبر الراديو كذلك الحال في جزر كوك.

إصلاح الشيوعية:

بدأت العديد من الدول الشـيوعية في آسيا كفيتنـام ولاوس والصين وكوريا الشـمالية بإجراء إصلاحات اقتصادية. من الصعب وصـف النظام الإعلامي في الصين، فالدولة تملـك الإعلام رغـم أن الممتلكات الحكومية فـي تراجع حاد وتركز الحكومة في عملية التطوير الوطني الشـاملة علـى دور الإعلام الايجابي أكثر من تركيزها على ما يجب وما لا يجب للإعـلام أن يغطيه. وخير مثال على ذلك ما قاله أحد زعماء الحـزب في خطبة ألقاها في مدرسـة في العاصمة بكين "إن الحزب يمثل ثلاث قيم: أولا الاتجاه نحو تطوير القدرة الانتاجية وتوجيه الثقافة الصينية التقدمية والتركيز على الاهتمامات الأساسية للشعب الصيني."

اعتبرت خطبة هذا القائد تطويرا للنظرية الماركسـية سياسـيا وعقائديا فكانت محط اهتمـام الإعـلام بجميع أشـكاله. وتتواصـل التغطية الإعلاميـة لمثل هذا الحدث إلى أن تتأكـد الحكومة من أنّ الجميـع في الصين يفهـم المغزى جيداً. لكن الإعـلام الصينـي لا يسـمح بتنـوع الآراء خصوصـا الأصـوات المعارضة للحزب فلا صـوت يعلـو على صـوت الحـزب. لكن كـون الإعـلام الآن أكثر انفتاحا فإنه يقدم مسـاحة أكبر مـن الأخبـار وتحقيقات حول الفسـاد والجريمة والحوادث الصناعية والكـوارث الطبيعية إلا أن بعض الشـكاوى العمالية بقيت مخفية خوفا مـن ردات الفعل. ومورسـت الحرية الإعلامية بحـق عندما غطت وسـائل الإعلام الصينية ووكالات الأنباء المحلية مظاهـرات الطلبة عام ١٩٨٩ قبل أن يتم إخمادها من الحكومة. وأما التلفزيـون فمهمته تختلف عن الصحافة

فالترفيه من ضمن وظائفه الرئيسية إلى جانب السياسة. ويفتح الإنترنت نافذة من الحرية للشعب الصيني ليطرح رأيه في القضايا العامة.

وكما هو حال الإعلام في الصين كذلك هو في فيتنام فهو تابع للحكومة والحزب الشيوعي إلا أن الإعلام مؤخرا بدأ ينفتح على عالم الحرية الإعلامية والمسؤولية الأخلاقية للصحافة الحرة. فنقرأ اليوم في الصحف الفيتنامية قصصاً عن فساد المسؤولين وهبوط معدل التصدير والإصلاح الاقتصادي البطيء وانتشار المخدرات والتهريب والبغاء. وأما الإعلام في كوريا ولاوس فلا يزال تحت السيطرة الحكومية.

التطوير الإعلامي:

تستخدم معظم دول جنوب آسيا خصوصاً دولة الهند الإعلام في التطوير الوطني. فمنذ الاستقلال والدولة والإعلام يعملان معاً على تطوير البلاد اقتصاديا إلا أن هذه الجهود المشتركة لا تترجم على أرض الواقع. لذا يتوقع الناس أن يقوم الإعلام بدور أبرز عندما تدعو الحاجة إلى ذلك. وفعلاً فإن الإعلام الهندي ليس غائبا عن الأحداث بل أنه يمتاز بالتعددية والموضوعية مما يسهم من رفع القيم الاجتماعية. وقد وضعت صحيفة the Indian express نفسها كمسؤولة ليس فقط عن التعاون المجتمعي في قضايا الصحة والتعليم والمرأة ولكن أيضاً في تنظيم الأنشطة المختلفة مثل المخيمات والمسيرات من اجل السرطان والتلوث، وتنظيم الحملات من اجل المهور والإجهاض وتغطيتها إعلامياً كما توجه المجموعات المدنية في فيما يخص مدنهم. وبهذا تدفع الصحف الناس إلى تفعيل ما يقرأونه وتحوله إلى أعمال حقيقية. وكذلك الأمر بالنسبة للإعلام السيريلانكي إذ يقوم بدور هام في التثقيف البيئي خصوصا الصحافة المطبوعة.

مشاكل الاقتصاد الإعلامي

تتأتى عوائد الإعلام في آسيا عموما من اشتراكات المواطنين والرسوم على التلفزيون العام والتلفزة عبر الكابل، بالإضافة إلى الإعلانات التي تعتبر مصدر ثروة الصحف ووسائل الإعلام حتى أزمة عام ١٩٩٧ التي ضربت الإعلام الأسيوي بقسوة لدرجة أن الإنفاق على جمع الأخبار تقلص بشكل ملحوظ، وأغلقت الصحف وتم تسريح المحررين والموظفين. فقد خسر ٣٥٠٠ صحفي عملهم في تايلاند أثناء الأزمة، حتى قام بعضهم بفتح مقاه بدلا من العمل في الإعلام.

ما زالت هونج كونج وتايوان وفيتنام وكوريا تحاول الخروج من تبعات الأزمة. فقللت الحكومة الضغوطات على الإعلام لتشجيع الاستثمار الخارجي حتى نما الإعلام الداخلي وأصبح منافساً، لكن لأن سوق الإعلام في هونج كونج أكبر من حجمها الجغرافي فإن الإعلام فيها لا يزال نابضاً بالحياة. ففي عام ١٩٩٩ حصدت التلفزة في هونج كونج ٥٤٪ من الإعلانات عدا عن الراديو والصحف والمجلات. لكن المشكلة الوحيدة التي تعترض الصحافة هي المنافسة في البيع الناجمة عن المعايير التحريرية والصحافة الصفراء. فقد تستعر حرب الأسعار أيضاً إذا دعت الحاجة، الأمر الذي يؤثر سلباً على الصناعة. والوضع أسوأ في تايوان بسبب التباطؤ الاقتصادي حتى أن بعض الصحف تمارس دعاية غير أخلاقية من الإعلانات التي تروج للقمار أو البغاء. كما أدين الإعلام في اندونيسيا والفلبين وكمبوديا وتايلاند لما يقدمه من الإثارة مما يؤثر سلبا على مصداقية واحترام الصحاف والصناعة ككل.

تواجه الصحافة الصينية صعوبات من نوع آخر، فالصحافة الصينية لم تتأثر بالأزمة المالية وذلك لأنّ العملة الصينية لم تكن متداولة في السوق العالمي أصلا. فقد حقق الصين أعلى نسبة أرباح في العالم من الإعلانات بنحو ٢, ١١ بليون دولار في عام ٢٠٠٢. لكن المنافسة احتدمت في كل من الصين وفيتنام

لظهور الإنترنت. فمنذ أن حذت فيتنام حذو الصين في الإصلاحات الاقتصادية والتركيز على القطاع الخاص أوقفت كلا البلدين دعمهما المادي للإعلام، فصار لزاماً عليه أن ينافس من أجل تحقيق الأرباح، وإن يحقق النجاح التجاري والسياسي لكلا البلدين. لذلك بدأت الصحف في البلدين بإجراء التحقيقات الصحفية حول الفساد الحكومي لجذب القراء ولكن إلى أي مدى من الممكن أن تصل تلك التحقيقات.

يواجه الإعلام الصيني الآن مهمة صعبة خصوصاً بعد انضمام الصين إلى منظمة التجارة العالمية WTO وتدفق الاستثمارات الأجنبية. فخلال نقاشات المنظمة دعت الدول الأوروبية الصين إلى فتح أسواقها لكافة أشكال التجارة بما فيها المنشورات والأفلام والتلفزة. بالرغم من أنّ الصين لم تعطي أي وعود بفتح إعلامها للسوق العالمي لكن على المدى البعيد ومع الالتزام بمبدأ تحرير التجارة فإن الانفتاح الإعلامي سيكون نتيجة حتمية. وحينها، لن ترضى رؤوس الأموال الأجنبية ببيع الصحف الصينية فقط بل ستحاول جلب المنشورات الأجنبية إلى السوق الصيني في وقت يملك فيه الاستثمار الأجنبي ما مقداره ٣٠٪ من خدمة تزويد الإنترنت ومحتواه.، وقد تتجاوز النسبة النصف في السنة القادمة ولن تقف الحدود الجغرافية عائقاً أمام المستثمرين.

ولمواجهة التحدي يسارع الإعلام الصيني إلى تشكيل مجموعات الناشرين للمساهمة في المصادر الإعلامية لأن الصين لا تخشى العواقب الاقتصادية المترتبة على الإعلام الصيني بسبب انضمامها إلى منظمة WTO بل إنّ ما يخشاه الإعلام الصيني في الحقيقة هو ذوبان الإعلام والثقافة المحلية في عولمة الإعلام.

يتجه الإعلام الأسيوي نحو التكتل والاحتكار في ما يتعلق بملكية الصحف، فشركة "مجموعة سنغافورة الصحفية" والتي تعد أكبر شركة للنشر في جنوب شرق آسيا، تصدر أحد عشرة صحيفة وثماني مجلات ويمتد نشاطها ليشمل

مد خطوط الهاتف وتوزيع الصحف في فيتنام. كما تمتلك ٣٥٪ من أسهم صحيفة business daily التايلندية، وخطوط الهاتف والكمبيوترات بالإضافة إلى ثلاث شركات خدمة انترنت، كما تملك ٣٥٪ من أسهم شركة الهواتف النقالة و٢٠٪ من شبكة التلفزة السلكية في سنغافورة. كذلك الحال في هونج كونج حيث تملك شركة Sing Tao صحيفة باللغة الصينية وأخرى بالإنجليزية وثالثة بلغة الصينية تصدر في أستراليا وكندا والولايات المتحدة بالإضافة إلى تعاملاتها في بيع وشراء العقارات. كما تسيطر ثلاث شركات إعلامية على الإعلام في اليابان وتجمع ثروتها من الإعلانات المتلفزة. أما في كوريا الشمالية فإن الإتجاه إلى الاحتكار والتكتلات الإعلامية يتسارع، فهناك سلسة من الصحف الوطنية تسيطر على النظام الإعلامي فيها. وحتى في الصين فإن الحكومة بدأت تشجع على التكتل الإعلامي لمواجهة الإعلام والرأسمالية الأجنبية. ويتزايد التكتل الإعلامي في الدول الديمقراطية الأسيوية مثل الفلبين وكوريا الشمالية واندونيسيا وتايوان، حيث انتقلت السلطة إلى أيدي القوى الجديدة المسيطرة على الإعلام والتي يسعى متنفذيها إلى تقوية مصالحهم الاقتصادية لذلك تراهم ينحنون أمام الضغط الحكومي- كما في حالة سنغافورة وماليزيا- لحماية تلك المصالح.

ليست مصالح مالكي الإعلام وحدها التي تساوم على المهنية الصحفية بل هناك الفساد المنتشر بين الصحفيين في آسيا والناتج عن انخفاض رواتب الصحفيين نسبياً. فالرشاوى بمختلف أشكالها من مغلفات مليئة بالنقود إلى الهدايا على شكل أسهم تجارية والوجبات والسفرات المجانية جعلت الشعب تسخر من هذه المهنة، إلا أنّ المؤسسات الإعلامية العريقة لا زالت تحاول أن تحد من هذه الممارسات عن طريق الأنظمة والقوانين الرادعة والحوافز.

يوجد هناك فجوة في التطوير الاقتصادي بين مدن وريف البلدان الأسيوية حيث تقف مشكلة الأمية في الريف عائقاً في وجه الإعلام والصحافة خاصة،

وذلك لأن سهولة الوصول إلى المدن، وبالتالي زيادة نسبة الربح جعلت الصحف تركز عليها في خدمتها أكثر من الريف. ولكنّ اختراق التلفزة للمناطق الريفية لم يغني عن الإعلام المطبوع والحاجة إلى القراءة والكتابة للتثقيف ضد الأفلام والبرامج المستوردة خوفاً من تأثيرها على الثقافة وأفكار الشباب.

لطالما كان تمويل الإعلام معضلة دول المحيط الهادئ، فالاستقلال المادي يعتبر صعب المنال لأنّ الإعلام يعتمد بشدة على المساعدات الأجنبية، حتى أنّ وكالة المعلومات الأمريكية أوقفت دعمها لدول المنطقة في عام ١٩٩٧ وكذلك فعلت الدول الأوروبية لإدراكها حاجة دول جنوب أوروبا وهونج كونج للمساعدة المادية.

قوانين الإعلام:

تشدد المؤسسات الصحفية البارزة في أستراليا على أخلاقيات العمل الصحفي مثل "مجلس الصحافة الأسترالي" وهو هيئة تطوعية أنشأت عام ١٩٧٦ من قبل جمعية الصحفيين الأستراليين وعموم الناشرين الأستراليين. وتحقق الهيئة في الشكاوى المقدمة حول الممارسة الإعلامية، وتمول الهيئات التأسيسية المجلس الذي يقدم خدماته مجانا. وهناك أيضاً سلطة البث الأسترالي ABA التي تدير "قانون الخدمات" وتصدر الموافقات على الملكية والتراخيص وتدقق في محتوى البرامج وتتعامل مع الشكاوى. وتقول المادة ٥٣ من القانون أنه "لا يحق لأي شخص احتكار البث التلفزيوني على منطقة تضم ٧٥٪ من السكان، كما لا يحق له استصدار رخصة لمنطقة مرخصة سابقا. وتمنع المادة ٥٧ الأجانب من استصدار رخص للبث التلفزيوني وإن لا تتجاوز الاستثمارات الأجنبية في هذا القطاع ٢٠٪. كما تنص المادة على منع الشخص من الحصول على أكثر من رخصتين إذاعيتين في المنطقة الواحدة. أما المادة ٦٠ فتحظر أن يجمع الشخص بين رخصتين دعائيتين للتلفزيون والراديو أو لصحيفة في نفس المنطقة وقد خضعت هذه التنظيمات للمراجعة عام ٢٠٠٢ لكنها لم تتغير.

ملكية الإعلام المطبوع:

تتركز الملكية الصحفية في أستراليا بيد الأستراليين فشركة روبرت موردوخ الإعلامية المحدودة تستأثر وحدها بما يقارب ٦٨٪ من التوزيع في العاصمة و٧٦٪ من توزيع سوق الأحد الإخباري في باقي القارة، وما يقارب ٤٧٪ من الضواحي و٢٣٪ من سوق الصحافة الإقليمي.

تليها منشورات جون فيرفاكس التي تدير ثلاث صحف يومية وعدد من الصحف الدورية الأخرى وتستأثر بنصف نسبة التوزيع في ميلبورن وسيدني بالإضافة إلى سيطرتها على التوزيع في القرى حيث توزع في الريف الأسترالي أربعة عشر صحيفة يومية بالإضافة إلى مجموعة من الصحف الدورية والأسبوعية وصحف الضواحي.

وأخيرا تسيطر شركة Perth daily على صحافة غربي أستراليا وهي أكبر مجموعة صحفية في ضواحي الغرب الأسترالي.

الإعلام المطبوع:

تصدر في أستراليا ٤٩ صحيفة يومية ويميل المحللون إلى فصل الصحف الصادرة في الضواحي عن تلك التي تصدر في المدن الرئيسية. فهناك عشر صحف خاصة – ستة منها في ميلبورن وسيدني تبيعان ما يزيد عن سبعة ملايين نسخة في العام– واثنتان حكوميتان تنشر جميعها في عواصم الولايات الرئيسية الخمس. أما الصحف السبع والثلاثون الباقية فتنشر في باقي المناطق. وبحسب إحصائية عام ٢٠٠٢ فإن عدد سكان أستراليا بلغ ١٩,٧ مليون نسمة، يطالع منهم يوميا ٢,٤ مليون شخص صحيفتان وطنيتان وعشر من صحف العواصم. وهناك ما يزيد عن مائة صحيفة أسبوعية معظمها تنشر في الضواحي بالإضافة إلى ٢٥٠ صحيفة تنشر من مرة إلى ثلاث مرات أسبوعيا.

المجلات:

تطبع أكثر من ١,٦٠٠ مجلة في أستراليا، فقد أنفق الأستراليون عام ٢٠٠٢ اثنا عشر مليون دولار شهريا على شراء المجلات حيث يطالع ربع السكان المجلات النسائية بينما ثلثهم يقرأ المجلات العامة.

وكالات الأنباء:

تعتبر وكالة الأنباء الرئيسية في أستراليا هي "AAP "أستراليا اسوشيتيد بريس" ومقرها في سيدني. ولوكالات الأنباء العالمية مكاتب في سيدني أيضاً مثل رويترز والوكالة الفرنسية واسوشيتيد برس الأمريكية. بحسب تقديرات الأمانة العامة لهيئة الصحفيين الأستراليين لعام ١٩٩٨ فإن ثمانية إلى عشرة آلاف صحفي يعمل غالبيتهم في الصحافة المطبوعة منهم ثلاثة آلاف في الصحف اليومية الصادرة في العواصم وألف منهم في الضواحي.

الإذاعة:

تأسست أول محطة إذاعية تجارية في عام ١٩٢٣ في سيدني ثم ما لبثت أن توسعت للمدن الأخرى في العام التالي. ثم افتتح رئيس الوزراء عام ١٩٣٢ الإذاعة الأسترالية ABC على غرار ال BBC وفي عام ١٩٨٠ تحولت إلى اتحاد الإذاعات الأسترالي.

وبمرور الوقت تحولت الإذاعة إلى أكبر شركة تجارية ترفيهية وإعلانية في البلاد بطاقم من الموظفين يصل إلى ٦٠٠ إعلامي محلي عدا عن المراسلين. وتظهر هيئة الإذاعة الأسترالية أنّ هناك ٢١٢ محطة إذاعية تجارية، ٣٨ منها في العواصم والباقي يتوزع على كافة مناطق أستراليا.

أما الهيئة الثانية فهي إذاعة الخدمات الخاصة SBS التي تأسست عام ١٩٧٥ بمحطة إذاعية واحدة مقرها سيدني وتبث أربع ساعات في اليوم بثماني لغات.

أسست هذه الإذاعة ابتداء لتلبي حاجات كافة أطياف المجتمع الأسترالي متعدد الثقافات وبحلول عام ٢٠٠٢ كانت أكبر إذاعة عالمية من حيث لغات البث التي وصلت إلى ٦٨ لغة في العالم كله.

التلفزيون:

بدأ التلفزيون التجاري عمله في عام ١٩٥٦ حيث وصل إلى أستراليا قبل دول المنطقة بعشر سنوات. وقد بلغ عدد القنوات العامة خمس قنوات في عام ١٩٩٠ ثم دخلت شركات خاصة هذا القطاع مثل ABC وSBS- الذي يبث بستين لغة- بالإضافة إلى ثلاثة شبكات أخرى. وسنحاول أن نعرض تلك الشبكات المحلية والإقليمية.

الشبكة السابعة: تمتلك هذه الشبكة ترخيصاً لخمس محطات تلفزيونية في العواصم والمنطقة بأعلى نسبة مشاهدة تصل إلى ٧١٪ من السكان بالإضافة إلى تلفزيونات الاشتراك وأسهم في شبكة "SKY" للأخبار. وفي عام ٢٠٠١ حظيت الشركة ٥٠٪ من أعمال توزيع المجلات في أستراليا ونيوزيلندا.

الشبكة التاسعة: تملك شركة الإذاعة والنشر المحدودة PBL الشبكة التاسعة وإجمالي منشورات المجلات بالإضافة إلى شركة الصحافة الأسترالية الداعمة ACB. كما تمتلك PBL رخصا لثلاث محطات تلفزيونية. أما ACBفتسيطر على ٦٥ مجلة بالإضافة إلى أسهمها في توزيع المجلات بنسبة تصل إلى ٣٠٪ من نسبة التوزيع الكلية في أستراليا. كما أنها أسست مشروعاً على الإنترنت مع مايكروسوفت.

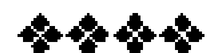
مجموعة العاشرة المتحدة: تسيطر على خمس محطات تلفزيونية في العواصم بنسبة مشاهدة تصل إلى ٦٥٪ من السكان. وهي أكبر مساهمي شركة " CAN WEST" بنسبة ٥٧,٥ من استثماراتها

شركة البث عبر الجنوب الأسترالي المتحدة: تملك محطة تلفزيونية واحدة في العواصم وأربع محطات إقليمية، كما تملك ستة محطات إذاعية وإذاعة "SKY".

"التلفزيون الأساسي" المتحدة: تملك الشركة ثمانية محطات تلفزيونية إقليمية بنسبة مشاهدة تصل إلى ٢٥٪ من السكان.

شركة win pity المحدودة: لديها تسع محطات تلفزيونية بمشاهدة تصل إلى ٢٦٪ من السكان ومحطة إذاعية.

الإذاعة التلفزيونية الأسترالية المحدودة: وتملك خمس محطات تلفزيونية إقليمية بمشاهدة تصل إلى ١٨,٥٪ من السكان.



نيوزيلندا

تتمتع نيوزيلندا بمساحة أعلى من الحرية الصحفية حيث يأتي هذا المفهوم من خلال التصديق على مشروع قانون الحقوق لعام ١٩٩٠. تقول المادة الرابعة عشر أنّ لكل إنسان الحق في حرية التعبير بما فيها حرية البحث وتقصي المعلومات مهما كان نوعها أو شكلها. وبحسب رئيس مجلس الصحافة النيوزيلندي سير جون جيفريز فإن بلاده صنفت على رأس قائمة البلدان في حرية التعبير والصحافة.

التنظيمات:

أنشأ مجلس الصحافة النيوزيلندي عام ١٩٧٢ هيئة تنظيمية ذاتية تعمل على غرار الشريك أستراليا. والفارق الوحيد يكمن بالتمويل الذي يتأتى من الناشرين فقط. وتعمل الهيئة على تقصي الشكاوي وحلها وتشجيع الحرية الصحفية. كما نص قانون الإذاعة عام ١٩٨٩ على تأسيس الإذاعة كهيئة مستقلة قانونيا بحيث تكون وظيفتها الأساسية تشجيع أصحاب الإذاعات على تقديم البرامج التي تحترم كرامة الإنسان وتعكس القيم الأخلاقية النيوزيلاندية.

ملكية الإعلام المطبوع:

إنّ أكبر مؤسستين إعلاميتين في نيوزيلندا هما مجموعة الصحف المستقلة المتحدة المحدودة "INI" ومجموعة ويلسون وهاردون"INL" تليها شركة روبرتس موردوخ المحدودة صاحبة " News ltd "التي تأسست في أستراليا، وبحلول عام ٢٠٠٢ امتلكت الشركة أقل من ٥٠٪ من أسهم شركةINL التي تملك بدورها أهم الصحف في البلاد وتلفزيون "TV guide" وثلثي شبكة تلفزيون sky. كما أسست لنفسها موقعا إخباريا على الإنترنت. أما ويلسون وهارتون W&H فتملك أربع مجلات وتسع صحف يومية و٣٢ صحيفة شعبية، بالإضافة إلى الإعلام عبر الإنترنت والمنشورات الخاصة بما فيها مجلتان

أسبوعيتان ومطبوعات تجارية، وتسيطر الشركة على ثلث الأسهم في ٥٣ شبكة إذاعية، وشركات إعلامية رائدة في عدد من الدول الأوروبية بما فيها بريطانيا.

الإعلام المطبوع:

تمتاز نيوزيلندا بنوع فريد من الإعلام الذي يعتبر مغاير للاتجاه العالمي للمنشورات الصباحية فأغلب صحفها مسائية. من بين الصحف الأربع والعشرون هناك أربع منها تصدر في المدن الرئيسية وعشرون في باقي المناطق وستة عشر منها تصدر مساءا. أما الأربع الصادرة في المدن الرئيسية فصباحية.

إنّ طريقة عمل جمعية الصحف النيوزيلندية تفسر هذه الظاهرة فهي تزود منشورات المساء بمجموعة ضخمة من المواد لقلة تكلفتها، كما تعمل هذه الجمعية كمؤسسة تعاونية، وبهذا تحصل الصحف الصغيرة على المواد مقابل تكلفة زهيدة ذلك لأن شركتين رئيستين تسيطران على الصحافة مما يعني الحصانة والحماية لتلك الصحف التي قد تصمد لبعض الوقت في نيوزيلندا.

المجلات:

تعتبر صناعة المجلات في نيوزيلندا غير اعتيادية أيضاً نظرا لسيطرة الشركات المالكة للصحف على هذه الصناعة وأهمها W&H وINL. وتعد شركة ACP الإعلامية واحدة من أكبر شركات توزيع المجلات في العالم. وتليها في المرتبة INL التي تملك الشق الآخر من نسبة التوزيع ثم تأتي في المرتبة الثالثة NZ إحدى شركات مجموعة W&H والشركة الرابعة هي شركة PMP الأسترالية التي تسيطر على بيع نحو ٧٠٠ مجلة.

وكالات الأنباء:

عملت الصحف اليومية على تشكيل جمعية الصحافة النيوزيلندية(NZPA) التي تأسست عام ١٨٧٩ والتي تزود الصحف بالأخبار المحلية والعالمية ومقرها يوجد في العاصمة ولنجتون. إنّ طريقة عمل الوكالة فريد من نوعه فهي تعتمد على تبادل الأخبار بين صحفها في العاصمة والمدن الأخرى وليس

الاتجاه الواحد من العاصمة إلى وكالات الأنباء الأخرى مما يقلل الكلفة ويعمل لديها أربعون موظفاً في العاصمة ولنجتون وفي بعض الدول المجاورة.

الإذاعة:

بدأت الإذاعة عملها في نيوزيلندا عام ١٩٢٥ بتمويل من الحكومة باعتبارها خدمة عامة تساهم في تطوير البلاد وتعزيز ثقافتها، وقد سارت على خطى اللورد ريث مؤسس إذاعة الـBBC الذي قال أنّ هدف الإذاعة هو "الإعلام والتعليم والترفيه". وتم إنشاء راديو نيوزيلندا عام ١٩٩٥ RNZ الذي تملكه الدولة أيضاً ويعمل على مدار الساعة من خلال ثلاث شبكات إذاعية. تغطي الشبكات الإذاعية جميع البرامج بدأ من الإخبارية إلى الموسيقى وحتى جلسات البرلمان وتصل موجاتها إلى منطقة المحيط الهادئ. أما راديو نيوزيلندا الوطني والذي لا يقدم الإعلانات NZ فيشجع على الثقافة النيوزيلندية بتمويله التلفزيونات المحلية والإذاعية.

التلفزيون:

دخل التلفزيون إلى نيوزيلندا متأخراً في عام ١٩٦١. وظهرت أول محطة إخبارية تغطي الأخبار العالمية بعد ذلك بعشر سنوات، إذ كانت الأخبار في السابق محلية فقط. أما المحطة الثانية فظهرت في عام ١٩٧٥ على غرار BBC بمساحة إعلانية محدودة. ثم انتشرت المحطات الخاصة نهاية الثمانينات وامتلكت شركة "CAN WEST" المحطة الثالثة والرابعة. ثم استقلت المحطات التلفزيونية الوطنية لتشكل مجموعة اتحاد الإذاعة والتلفزيون بإدارة الدولة التي سعت إلى إبراز الهوية الثقافية النيوزيلندية. أما المحطات الخاصة مثل sky التي تقدم خدمتها من خلال الاشتراكات فقط فبدأت عام ١٩٩٠ ووصلت مجموعتها في عام ٢٠٠٢ إلى أربعين قناة.

أمريكا اللاتينية

وصف جون جانثر أمريكا اللاتينية بأنها منطقة نشطة تتطلع نحو المستقبل مع وجود دافع قوي من أجل التغيير للأفضل. إن وجود العديد من العلامات المشجعة في المنطقة مثل صعود العديد من الأصوات الجديدة إلى السلطةِ السياسية في المكسيك تحت إدارةِ فوكس يجعل وصف جانثر صحيحاً للغاية. لكن بالرغم من كل ذلك فإن المنطقة لا زالت تعاني العديد مِنْ المشاكلِ التي لا تزال تنتظر حلاً لها، مثل: مشاكل الفقر والبطالة والفساد والوعود التي لم تتحقق. لذلك فإن الأمل لا يزال قائماً في أن لا تصبح المنطقة مثل البرازيل التي قيل عنها: "البرازيل أرضُ المستقبلِ ودائماً سَتكُونُ".

إلتحام القوات

إنّ عملية الخصخصةِ والإصلاحات في قطاع السوق الحرّةِ والتحول إلى الديمقراطية ووسائل الاتصالات، والعولمة من العوامل التي ساعدت على إزدهار الأوضاع الاقتصادية والسياسية وأجهزة الإعلام، مما فتح باب الفرصَ للشركاتِ الدوليَّة العملاقةِ، خصوصاً المتخصصة في مجال وسائل الإعلام العالمية والإعلان والعلاقات العامة التي تبعت عملائهم إلى نصف الكرة الجنوبي من أجل إدارة علاقاتهم العامة مع وسائل الإعلام والإعلانات، ومثال هذه الشركات: شركة استشارات أوجيلفي وماذير العالمية، ويورسون مارستيلير، وإديلمان، وغيرهم الكثير.

المشهد الإعلامي

يعتبر المشهد الإعلامي في المنطقة مثير جداً للاهتمام لوجود تاريخ عريق صناعة الإعلام المطبوع في أمريكا اللاتينية. فعلى سبيل المثال: بحلول منتصف القرن التاسع عشر ملكت الأرجنتين والبرازيل والمكسيك نظاماً صحفياً قوياً. على وجه العموم تعتبر صُحُف أمريكا اللاتينية سياسية وأدبية أكثرُ

مِنْ الصحف الموجودة في الولايات المتّحدةِ الأمريكية. أما اليوم فهناك العديد من الصحف التي اتخذت النموذج الأمريكي مثالاً لها فأصبحا تغطي الأخبار الاقتصادية والتجارية بشكل احترافي، مثل صحيفة Gazeta Mercanti في البرازيل، وصحيفة El Financiero في المكسيك.

ساهمت زيادة فرص العمل في قطاع أجهزة الإعلام في فتح آفاق جديدة لقطاع الصحف والمنشورات. فعلى سبيل المثال في عام ١٩٩٨ اتحدت وكالة Agencia Estado، التي تعد من أكبر وكالات الأنباء في البرازيل، إلى Business Wire Global Latin American Network وتقدم الشركة العديد من الخدمات مثل وتبث إلى أكثر من ٢٥ دولة.

ثم اتبعت الولايات المتّحدة نفس الطريقة من أجل الوصول إلى أمريكا اللاتينية، فعلى سبيل المثال فصحيفة The Miami Herald الأمريكية لها ثمانية شركاء من دور النشر في كافة أنحاء المنطقة، وتخدم ١٢ سوقَ رئيسيَ.

بالرغم من انتشار الصحف فإن التلفزيون والراديو يعتبران أكثر أجهزةَ الإعلام هيمنة في أمريكا اللاتينيةِ. فخلال الفترة بين عامي ١٩٧٠ إلى ١٩٨٨، تضاعف عدد محطاتِ التلفزيون في المنطقةِ مِنْ ٢٠٥ إلى ١،٤٥٩ محطة. فالبرازيل تعتبر بلد التلفزيون حيث يعتبر عدد التلفزيوناتُ في المنازل أكثر من عدد الثلاجاتِ ! لذلك فإن التلفاز والراديو يستحوذ على النسبة الأكبر من المشاهدين بينما يقرأ الصحف المثقفون والمهتمين بأمور السياسة على الأغلب. وقد أدى هذا النمو الهائل إلى ولادة تكتلات وسائل إعلام أمريكية لاتينية، بالإضافة إلى جذب العديد من الشركات متعددة الجنسيات إلى المنطقة. كما تعتبر Organizacoes Globo رابع أو خامس أكبر شبكة في العالم، بالإضافة لمنافستها Televisa of Mexico التي تسيطر على نسبة عالية من المشاهدين في أمريكا اللاتينية وهي من القوة ما جعلها تتغلب على جميع منافسيها، فهي من المساهمين في المحطة الفضائية Sky Latin وGlobo وTCI

الأمريكية. مما جعل الشبكات الأخرى تحذو حذوها من خلال الإندماج مع شبكات أخرى لتصبح أكثر قوة.

مشاكل الإصلاحِ

يعتقد البعض بأنّ التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في المجتمعاتِ المفتوحةِ والأكثرِ ديمقراطية ساعدت على وجود فرصٍ اقتصادية أعظمِ. من جهة أخرى يرى آخرون أنّ إلتقاء المصالح الخارجية مع المصالح الخاصة عاد بالنفع فقط على القلة الحاكمة وزاد أعداد البطالةً والفقر في المنطقةِ.

لاحظ شيفتر أنّ بمقارنة التقدّمِ غير المتساويِ في برامجِ مكافحة الفقر في أمريكا اللاتينية مع تقدّمِ الديمقراطيةِ في المنطقةِ، لا يعني بالضرورة تحسن كفاءةَ البرامج أو تحقيق مطالب الشعب. إنّ المؤسسات الديمقراطية الضعيفة المنتشرة في كافة أنحاء المنطقة التي تعمل على تَقْوِية حس المسؤوليةِ ونسبة التمثيل السياسي وتطبيق حكم القانونَ، خلّفت وراءها سلطة تنفيذيةَ قويةَ. كما تَجنّبتْ أجهزةُ الإعلام العمل على تقديم الخدمات العامة من أجل تحققي بعض المرابح المادية. ولذلك، فإن قليلاً من التقارير الجيدة استهدفت قضية الفقر الهائل في لمنطقةِ. البعض مِنْ هذا يَتعلّقُ بالطبيعةِ الأوليغاركيةِ للملكيةِ الإعلاميةِ في المنطقةِ. كنتيجة، صحفيون في المنطقةِ مما أثر سلبياً على الصحفيين بشكل عام حيث تعرضوا للقتل أو المضايقات والعنف.

الفقر:

حسب تقرير البنك الدولي فإن أعداد الفقراء في إزدياد إلا إنّ هذه النسبة تعتبر في حال تناقص إذا ما أخذت هذه الأرقام بالنسبة لعدد الشعب، لكن بالرغم من ذلك فإن تركز الثراء في المنطقة يعتبر هاجساً معتبراً. فهناك فجوة واسعة بين الفراء والأغنياء في الدول التي تبنت خطط السوق الحرة وعمليات الخصخصة الصناعية، كما حدث في التشيلي والمكسيك والأرجنتين.

وفقاً لتقرير (التنمية تتجاوز النواحي الاقتصادية ٢٠٠٠) الذي قام به بنك التنمية بين الأمريكتين فإن الفئة الغنية المسيطرة لا تفعل ما يكفي للحد من مشكلة الفقر، لذا فإن حل هذه المشكلة يتطلب جهداً من المؤسسات العامة والجهات المنتخبة.

تعاني دول أمريكا اللاتينية من مشاكل سيادة القانون والفساد وعدم فعالية الحكومة كالذي يحدث. في الأرجنتين والبيرو حيث فقد مئات الآلاف من العمال وظائفهم عندما تمت خصخصة الصناعات، ولكن فقط قلة من الأحكام تم تشريعها من أجل إعادة تدريبهم وإعادة توظيفهم.

الفساد

في الوقت الذي لا يمكن لأي بلد أو منطقة في العالم أن تحتكر الفساد، فإن خصخصة الصناعات التي تديرها الدولة في الدول النامية تعتبر أهم مصدر للرشاوى" وفقا لكليتغارد عميد كلية الدراسات العليا في راند.

ففي أثناء إدارة ساليناس في المكسيك، تبين أنّ "المسئولين الحكوميين الفاسدين.. تمكنوا من تحصيل صفقات خصخصة وعقود تجارية لشركائهم" مما أدى إلى عدم تشجيع المستثمرين وحال دون تدفق فوائد إصلاح السوق الحرة للمجتمع (تلسون المعارضون ١٩٩٩). فواقع الحال يظهر أنّ عدد المليارديرات المكسيكين زاد من اثنين في عام ١٩٩١ إلى ٢٤ في عام ١٩٩٤ وذلك بعد فوزهم بالعديد من عطاءات بيع الصناعات المملوكة للحكومة من خلال ارتباطهم برئاسة ساليناس وحكم الحزب الثوري التأسيسي. إلا أنّ منذ فوز الرئيس المكسيكي فيسنتي فوكس في عام ٢٠٠٠ فإن محاربة الفساد أصبحت على رأس أولويات إدارته.

تشير دراستان صدرتا في نفس الوقت تقريباً إلى أن الفساد يحول دون تدفق رأس المال الأجنبي في الاقتصاد العام، خصوصاً مع وجود مسؤولين حكوميين

والتكتلات الاقتصادية يحتكرون هذه الأموال من أجل مصالحهم الخاصة.

تعتبر دولة تشيلي من بين الدول الأقل فساداً من مجموع ٨٥ دولة، في حين أنّ دولاً أخرى في أمريكا اللاتينية احتلت المراتب التالية: بيرو (٤١)، البرازيل (٤٦)، المكسيك (٥٥) والاكوادور (٧٧)، وفنزويلا (٧٧)، والبرازيل (٤٥)، والمكسيك وكولومبيا (٥٨)، وفنزويلا (٨١)، والاكوادور (٨٩)، والأرجنتين (٧٠)، وغواتيمالا ونيكاراغوا (٨١) وهايتي (٨٩) وباراغواي (٩٨)، حيث أصبح الفساد في باراغواي متشعباً لاسيما عن طريق عمليات التهريب وفساد موظفي الجمارك وإدارة الميناء.

عانت الصحافة من الفساد حيث لم يأمن الكثير من الصحفيين في المنطقة من تأثير رأسمالية المحاباة وأوضح مثال على ذلك هو دولة البيرو خلال فترة حكم الرئيس ألبرتو فوجيموري (١٩٩٠-٢٠٠٠) الذي وضع خطة اقتصادية تقوم على خصخصة الصناعة وترويج البيرو عالمياً لتشجيع استقطاب الاستثمارات الأجنبية. حيث شملت الخصخصة قطاعات التعدين والنفط والملح والإسمنت والمصارف والاتصالات وتوليد الطاقة الكهربائية وشركة الطيران الوطنية مما حقق ٢,٨ مليار دولار كعائدات في عام ١٩٩٤.، إلا أنّ هذه القوة الاقتصادية التي ظهرت في انخفاض معدل التضخم من ٤٠ في المئة شهرياً إلى ١-٢ في المئة شهرياً، صاحبها بعض المشاكل الاجتماعية خصوصاً مع زيادة معدلات البطالة والفقر. وقد ظهرت معارضة شعبية سرعان متمثلة في نقابة عمال النفط احتجاجا على بيع مصفاة النفط الرئيسية في عام ١٩٩٦. ثم ما لبثت قضايا الفساد بالظهور في عام ٢٠٠١ مما أجبر فوجيموري على الاختفاء في منفى اختياري في اليابان خوفاً من التحقيقات والاتهامات، خصوصاً بعد ظهور قضايا فساد قطاع الإعلام وعلاقته بالحكومة. وقد تم توجيه العديد من التهم ضد فوجيموري الذي أعتقل لاحقاً، والعديد من رجال الدولة منها الاختلاس وإساءة إدارة الأموال العام واستغلال الخصخصة لمصلحته

الخاصة. هذا وقد تم استعادة عشرات الملايين من البنوك السويسرية التي كانت لمودعين لهم علاقة بقضايا الفساد.

يعتقد العديد من المحللين بأنّ تورط أجهزة الإعلام بقضايا الفساد ليس شيئاً مقتصراً على البيرو، فالرشاوى والفساد منتشر في جميع أنحاء أمريكا اللاتينية التي فيها رواتب الصحفيين لا تتعدى ٣٥٠ دولار في الشهر، ونيكاراجوا من أوضح الأمثلة الظاهرة حيث ثبت تورط الرئيس بقضايا فساد ورشاوى.

ولا يختلف الأمر في بنما حيث يوجد الكثير من فضائح قضايا الفساد والرشاوى بين أعضاء الحكومة مما هز صورة إدارة الرئيس ميريا موسكوسو التي طلبت من الأمم المتحدة المساعدة في محاربة الفساد. كما يعتقد لونغ أنّ أجهزة الإعلام والمؤسسات الحكوميةِ كَانتْ جزءاً من الفسادِ الذي أصابَ المكسيك خلال القرنِ العشرينِ، حيث كانت النقود تغير محتوى القصص والأخبار قبل نشرها، سواء أكان عن طريق الرشاوى أو الاعتماد على عائدات الإعلان، مثل ما حصل في السلفادور ونيكاراجوا. أما أجهزة الإعلام في المكسيك فقد بَدأتْ بالهُبُوط في أواخر الثمانيناتِ، أثناء إدارةِ ساليناس، عندما تم منح أجهزة الإعلام حرية محدودةً، بالإضافة للرشاوى الهدايا من الرئيس للصحفيين، بالإضافة إلى أنّ هناك صحفيون لا زالوا يعملون مع الأحزاب السياسية المُخْتَلِفةِ والشركات وتجار المخدرات.

لكن بالرغم من أنّ المكسيك تناضل وبشكل ملحوظ في مكافحة الفسادِ إلا إنّ هناك دولاً أخرى في أمريكية اللاتينيةَ أخرى لا زال الفساد ظاهراً فيه وقوي، فعلى سبيل المثال، تم تمويل انتخابات عام ١٩٩٧ في الهندوراس عن طريق أموال المخدرات.

من التقاليد المعروفة في الشركات أن تقوم باستئجار أحد الصحفيين المرخصين قانونياً لكتابة موادهم الإعلامية دون محاولة تعديل أو تغيير أو

مراقبة المادة، لأنّ ذلك سيتطلب منهم استتجار صحفي مرخص آخر. إلا أنّ العديد من الشركات الرائدة في مجال الاستشارات ترى أنّ هذه الظاهرة في تدني وستختفي مع الزمن، بالرغم من أنّ العلاقات الشخصية مهمة ومؤثرة على الأخبار.

الرقابة المؤسسية والعنف

قادت أجهزة الإعلام في أميركا اللاتينية المعركةَ ضدّ الفساد مما جعلها تدفع ثمناً باهظا نتيجة تقاريرهم الاستقصائية. تبنت الصُحُفُ عملية كشف ومكافحة الفساد الحكومي في التسعينياتِ، حيث قامت صحيفة El Nacional بالكشف عن فساد الرئيس الفنزويلي في بداية هذا العقد مما جعله يقدم إستقالَته لكن بعد ما نجح في إغلاق الصحيفة بشكل إجباري. وكذلك الحال أيضاً في البرازيل، حيث تميزت صحف Veja وJornal do Brasil وغيرها بفتح أبواب التحقيقات الصحفية عن فساد الحكومة مما أطاح بالرئيس البرازيلي. ولم يختلف الحال في الأرجنتين وجواتيميلا وغيرها عن البرازيل وفنزويلا.

تعتبر كولومبيا ثاني أسوأ بلدٍ تمارس فيه الصحافةَ في العالمِ وأخطرها للصحفيين الذين يتعرضون للخطف والضرب والقتل والترحيل. أما في المكسيك فقد تدنت نسبة هذه الحوادث ضد الصحفيين مع تغير ملحوظ في نوعية مضطهدي الصحفيين الذين كانوا في فترة من الفترات رجال الأعمال ومسؤولين، لكن تحولوا الآن إلى تجار مخدرات الذين تم نشر تقارير كثيرة عن تجارتهم مما أدى إلى تعرضهم للصحفيين. هذا وتتحمل بعض الشركات الأمريكية وشركات العلاقات العامةِ الاستشارية مسؤولية بعض هذا العنفِ، فالشركات الاستشارية هي التي تقدم النصح والمشورة للأنظمة المستبدة والفاسدة أمثال دوفالير في هايتي، وسوموزا في نيكاراجوا، وزعماء أرجنتينيون خلال حربهم ضدّ المنشقّين في فترة السبعينات. فالتقرير الذي أصدر بعد قمة الأمريكيتين أظهر أنّ الشركات الدولية والمحلية في أمريكا الجنوبية لا تساهم في مساعدة أحوال معيشة الموظفين

والمجتمعات المحلية. ويدعو هذا التقرير إلى تعاون هذه المؤسسات والشركات مع الحكومات من أجل تحسين ظروف المعيشة والمجتمع.

لا يعتبر العنف الطريقة الوحيدة لإسكات الصحافة، فالحكومات تستعمل وسيلة ضغط أخرى عن طريق شراء مساحات إعلانية في أجهزة الإعلام. لذا فإن دولاً مثل الأرجنتين والهندوراس ونيكاراجوا والأرجواي على وجه الخصوص استعملت المعلنين الرسميين كوسيلة ضغط على أجهزة الإعلام. كما أنّ المعهدِ الصحفيِ الدولِي أظهر أنّ هنالك العديد من التشريعات والقوانين التي تفرض على الصحفيين إمتِلاك درجة علمية معينة أو الرُخَصِةَ المناسبة أو عضوية جمعياتِ معينة لكي يستطيع الصحفي ممارسة مهنته وإلا تمت معاقبته".

عانت الصحافة المستقلة في كوبا الحصار لعدة عقودِ، حيث يتم التعرض للصحفيين للمضايقات والتهديد والحجز بشكل مستمر، فحكومة الرّئيسِ فيديل كاسترو الشيوعيةِ لا تَعْترفُ بما يقارب ١٠٠ صحفي مستقل أو وكالاتَ صحفية مستقلة الذين يعتبرونَ عملاء ومن أعداء الثورة، فالاعتقالات والمضايقات لا تنفك عن الحوادث يومياً.

الديمقراطية:

تعتبر أجهزةَ الإعلام النظيفة والحكومة الجيدة من ضرورات النظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي في أي مجتمع. وقد أجمع رؤساءِ دول أمريكا اللاتينية أنّ "فساد في كلا القطاعين: العامّ والخاصّ يُضعفُ العملية الديمقراطيةَ ويُقوّضُ شرعيةَ الحكوماتِ. فقد أدت قضايا الفساد إلى تغيّرُ نظام الحكم في المكسيك في عام ٢٠٠٠ وطرد خمسة رؤساءِ من الأرجنتين في عام ٢٠٠١، بالإضافة إلى أعداد القتلى وحالات الإفلاس التي أصابت بعض الدول. فحالة الفساد الحكومي والعام أدى إلى إستياء الشعب الذي سعى إلى تغيير أنظمة الحكم كما حصل في البيرو وفنزويلا والبرازيل، من

أجل الحصول على مطالبه والخروج من حالة الفوضى الاقتصادية. كما أنّ النقاد اعترضوا على بعض الأنظمة التي اتحدت مع وسائل الإعلام مما جعلهم دول ديموقراطية لكنها محكومة من قبل فئة معينة في رأس الهرم، لذا فإن دعم الديمقراطية بدأ يتلاشى عند الناس في أمريكا اللاتينية لعدم ثقتهم بالنتائج لهذه العملية في دولهم، مما خفض نسبة مشاركة الشعب في العملية الديموقراطية مثل الانتخابات حيث كان ذلك ظاهراً في دول مثل السلفادور والإكوادور وغيرها من الدول في أمريكا اللاتينية. هذا ويعتقد Oppenheimer بأنّ السبب الرئيسي وراء فضح الكثير من قضايا الفساد في بعض الدول هو وجود الصحف المستقلة التي اكتسبت ثقة الشعب والسياسيين.

فقد نشرت صحيفة Miamai Herlad ما بين شهر سبتمبر وأيلولِ من عام ١٩٩٨، العديد من القصص والأخبار عن تهمِ الفساد والرشاوى الموجهة ضدّ رؤساء سابقين لدولة الإكوادور بالإضافة إلى العديد من الوزراء وأعضاء الحكومة أيضاً، الذي تمكن بعضهم من الهرب إلى الولايات المتحدة الأمريكية، مما ساهم في تدني نسبة ثقة الشعب الإكوادوري في الأحزاب السياسية إلى ٦٪، مما جعل الإكوادور تحتل النسبة الأقل بين دول أمريكا الجنوبية. إلا أنّ حملات الفساد لم تفقد الناس الثقة في الديموقراطية في الولايات المتحدة التي اتخذت إجراءات صارمة ضد من يحاول دخولها هرباً من المحاكمات أو تهم الفساد، حيث رفضت منح الفيزا للعديد من أعضاء الحكومات الفاسدين الذين يحاولون الهرب من الإكوادور ونيكاراجوا وغيرها، كما حاولت سحب الفيز الممنوحة للمستثمرين الفاسدين.

الصالح العامِ

يجب على الشركات الدوليّة وشركات الاستشارات والعلاقات العامةَ والإعلان والتكتلاتَ الإعلاميةَ وشركائِهم في أمريكا اللاتينية أنِ يأخذوا في عين الاعتبار المدى البعيد لنتائجِ لأعمالِهم. بالرغم من وجود الرغبة في التقدمّ

والإصلاح إلا إنّ هناك إصلاحات أخرى لابد من يتم دراستها حتى يتم المقارنة بين ما سيتم الاستفادة منه مع ما سيتم فقدانه. فالسؤال الذي يجب طرحه هو هل تقوم الشركات التجارية الجديدة وتكنولوجيا الاتصالات الجديدة وسياسة الأسواق الاقتصادية الحرة بخدمة الصالح العام أم أنّها تزيد الفجوة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية في المجتمع؟

بالرغم من أنّ أجهزة الإعلام عليها لعب دور مهمَ في كشف الظلمِ والتضليل، إلا أنّ وجهة نظر أوسع تقترح أنّ على الحكومةً والشعب وأجهزة الإعلام العَمَل سوية من أجل القضاء على الفساد من المجتمعاتِ والنهوض بالمجتمع اجتماعيا وسياسياً واقتصادياً.

تاريخ وسائل الإعلام الكندية:

نشأت كندا الحديثة نتيجة لحربين أحدهما كانت انتصار القوات البريطانية على كل من الفرنسية والهندية مما نتج عنه ضم الشمال الأمريكي إلى الإمبراطورية البريطانية مما زاد من استخدام اللغة الإنجليزية، وثانيهما كانت الثورة الأمريكية عندما تدفق عشرات الألوف من الموالين لبريطانيا من المستعمرات الثلاثة عشر إلى الشمال الأمريكي.

انقسمت كندا بعد ذلك شعبياً بحسب اللغة والثقافة في أوائل عام ١٧٩١ حين بدأت الإمبراطورية البريطانية بتشكيل وهيكلة البلاد شمالاً وجنوباً. ثم ما لبثت المحافظات الكندية أن اتحدت من جديد في عام ١٨٤٠ وحكمت نفسها ذاتياً في ظل الإمبراطورية البريطانية التي توسعت لاحقاً في عام ١٨٦٧ فضمت مناطق غربية من شمال أمريكا.

جعلت المساحة الكبيرة التي تميزت بها كندا وتعدد المحافظات والثقافات فيها أقرب في نظامها إلى نظام الولايات المتحدة الأمريكية وأبعد عن أن تكون دولة واحدة موحدة. لذلك فإن محاولات دمج الثقافتين الفرنسية والإنجليزية

باءت كلها بالفشل، كما أنّ التوسع في الولايات المتحدة أثر تأثيراً كبيراً على الإعلام الكندي لاحقاً.

لا يمكن تجاهل الطبيعة الجغرافية لكندا بما فيها من جبال وسهول وأنهار وبراري وسواحل على امتداد البلاد من شمالها إلى جنوبها حيث تتشارك مع الولايات المتحدة في بعض المناطق مما نتج عن ذلك اندماج المتدينين الكنديين مع نظرائهم الأمريكيين أكثر من اندماجهم مع المواطنين في نفس البلاد. والجدير بالذكر أنه على الرغم من المساحات الواسعة لكندا إلا أن ثلاثة أرباع المواطنين يعيشون على امتداد عدة مئات أميال من أمريكا، مما رسخ أواصر التواصل مع أمريكا.

كانت بداية الإعلام الكندي متأثرة بشكل كبير بالإعلام الأمريكي وبدأ ذلك عندما أسس John Bushnell أول صحيفة يومية Halifax Gazette في عام ١٧٥٢، واستمرت حتى عام ١٧٦٤ عندما تأسست أول صحيفة متعددة اللغات في كيبك Quebec Gazette التي استمرت حتى أيامنا هذه كجزء من صحيفة Quebec Chronicle Telegraph التي هي أقدم صحيفة أمريكية مستمرة حتى أيامنا هذه، أما الصحف البريطانية في أمريكا فلم تدم طويلاً ومنها صحف Nova Scotia Magazine و Comprehensive Review of Literature.

كان تطور الصحافة معتمداً على الصحف نفسها لا على الحكومة فبعض المحافظات الشرقية أسست صحفها الخاصة التي ما لبثت أن توقفت بفعل الحرب مع أمريكا عام ١٨١٣ من جهة وانتقاداتها للحكومة من جهة أخرى، وظهر التوتر الإعلامي في الفترة ما بين صدور القانون الدستوري في عام ١٧٩١ وفشل المتمردين في ثورتهم عام ١٨٤٩ عندما تحمل الصحفي John Howe مسؤولية التمرد الذي حصل واعتبرته المحكمة مذنباً بالتحريض على الفتنة بين الشعب ولكن مع ذلك تمت تبرئته بعد فترة قصيرة، ثم ما لبثت أن بدأت الصحافة بالنهوض والازدهار.

شهدت كندا تطورا تكنولوجياً إعلامياً ساعد على جذب القراء من كل شرائح المجتمع مما شجع المستثمرين على العمل في السوق الإعلامية مما رفع إيرادات الصحف وزادت أعداد دور النشر بشكل ملحوظ، ففي عام ١٨٦٤ كانت هناك ٢٣ دار نشر ووصلت إلى ١٢١ دار في عام ١٩٠٠ حيث ساهمت عدة أمور في تطور وازدهار الصحافة منها الزيادة السكانية والهجرة ووالتمدن وقد برزت هذه الظواهر في المحافظات الغربية والشمالية الكندية.

أُعطيت أول رخصة لمحطة إذاعية كندية لشركة ماركوني للتلغراف اللاسلكي في عام ١٩٠٦، وبدأت بالبث على الهواء مباشرة بصوت Reginal Fessenden أول مذيع كندي يقدم برامجه على الهواء. ثم تبعها ثلاثة محطات إذاعية خاصة أخرى كانت تبث إلى خارج الحدود كما تأسست شبكة محطات تلفزيونية عام ١٩٦١ جمعت بين ٨٠ مدينة، ثم تطور نظام الإعلام المرئي والمسموع فاندمجت المحطات التلفزيونية والإذاعية في شبكة واحدة تقاسمتها الملكية الحكومية والخاصة.

أما الصحف والمجلات الكندية فاستمرت في منافستها للأمريكية إلى أن عقدت اتفاقية إعلامية بين البلدين سمحت بانتشار صحيفتين أمريكيتين في كندا تحكمتا بـ٤٠ بالمئة من السوق الإعلامية الكندية.

القانون الإعلامي الكندي:

أصبحت كندا دولة مستقلة ولكن تحت ظل سلطة بريطانية اعتمد عليها الحاكم الكندي في كل قراراته، فكانت البلاد جزءاً من الكومنويلث البريطاني، وبنفس الوقت جزءا من أمريكا فكانت بيئة تدمج بين الحكومتين البريطانية والأمريكية في سبيل العيش بسلام وأمن واستقلال حتى لو كان استقلالاً جزئياً.

في عام ١٩٨٢ تم إقرار القانون الكندي واعترفت بريطانيا بها كدولة مستقلة ذات دستور خاص بها ولكنه لم يشمل حرية الإعلام الذي بقي تحت القانون

الفيدرالي، الذي نص على حرية التفكير والتعبير بما فيه الصحافة والاتصالات، إلا أنه لم يكن يطبق بشكل فعلي تماماً.

استمر الإعلام الكندي متأثراً بالأسلوب الأمريكي لمدة طويلة حتى أنه عندما نص القانون على حرية الصحافة والإعلام لم يستبعد دور الحكومة وسلطتها، وترك الأمر للمحكمة في تحقيق العدالة والمحافظة على حرية حقوق الإعلام والإعلاميين بموجب قانونان يحكمان الصحافة عام ١٩٨٣ أولهما يمنع التطفل على خصوصية المواطنين وثانيهما يتحكم بمصادر المعلومات حيث يجب أن تكون عن طريق السجلات الحكومية الرسمية المتاحة من قبل السلطة فقط. كما أقرت المحكمة قوانين تمنع التشهير والتحريض على الفتنة الشعبية.

واجهت كندا العديد من المشاكل والتحديات نظراً لتأثير القانون الأمريكي عليها وتغيراته المتعددة لذلك سن الرئيس الكندي عام ١٩٨٢ قانوناً مماثلاً للدستور البريطاني، فواجهت المحاكم الكندية عدداً لا يحصى من القضايا بين الصحافة والحكومة والشعب. لذا يمكن القول أنّ الإعلام الكندي عانى في القرن الماضي في سبيل تحرره واستمراريته ونموه وازدهاره، وحتى يومنا هذا مع الانفتاح والتطور بدأ الإعلام عن طريق الإنترنت والمحطات الفضائية بالانتشار في كندا داخل وخارج الحدود السياسية.

الصحافة في كندا:

يتداول في كندا ١٠٥ صحيفة يومياً بمعدل ١٦ , ٥ مليون نسخة، تنشر في أغلب المدن الكبرى. فمدينة تورنتو التي تعد أكبر المدن الكندية مثلاً تنشر يوميا ٥ صحف، بينما مونتريال وأتاواه فتنشر ٣ صحف يومية، وهناك مدن أخرى تنشر فيها صحيفتين أو صحيفة واحدة على الأقل.

تعد صحيفة (The Global and Mail) هي الصحيفة الوطنية في كندا، تتبعها صحيفتي The Torinto Sun و Metro Today واللتان تسجلان تداولاً يصل

إلـى ٢٠٠,٠٠٠ نسـخة يومياً ويتحكمـان بـ٧٥ بالمئـة من إيـرادات الصحافة اليومية في كندا، أمـا صحيفة The Star فتعـد الأكثر تحرراً في كنـدا، بينما تعد صحيفة The Post الأكثر محافظةً.

قـام رجـل الأعمـال المعـروف Conrad Black فـي عـام ١٩٩٧ بتأسـيس صحيفـة The National Post التـي نافسـت The Global and Mail لكنها لم تنجح اقتصادياً فقام Black بتجريد الصحيفة وإنشاء أكبر تكتل إعلامي لم يسبق له مثيل حيث ضم فيه الإعلام في اسـتراليا ونيوزلندا وشـمال ايرلندا، كما شمل ١٤ صحيفة تتحدث الإنجليزية بالإضافة إلى عدة محطات تلفزيونية.

اسـتمرت الصحـف الكنديـة بالزيـادة مـع بدايـة التسـعينات حيث سـجلت الإحصائيات أنّ ٥ مليون مواطن كنـدي كانت تصلهم الصحـف الوطنية يومياً، لكنّ الصحف عانت من الإيرادات المنخفضة والركـود اقتصادياً مع حلول عام ٢٠٠٠. والجدير بالذكر أن الصحف الكندية تنوعت عرقياً على حسب قرائها.

اسـتمر التنافس بين المجلات الكندية والأمريكية لفترة لا بأس بها من الزمن وقد اقتصـرت المجلات الكنديـة على ما يهم المسـتثمرين من أعمـال من جهة والمنشورات المتخصصة من جهة أخرى.

وقـد سـجلت مجلـة Macleans أكبر مجلـة كندية أعلـى تداول في السـوق الإعلامية حيث وزعت ٥١٢,٠٠٠ نسخة كل عدد.

استمرت المجلات حتى نهاية التسـعينات باستجداء المسـاعدات الحكومية واسـتمرت الحكومة بالرد عليها بالمبادرات الثقافية بدلاً عن إغلاق الحدود في وجه المجلات الأمريكية التي استحوذت على ٨٠ بالمئة من إيرادات المجلات في السـوق الإعلامية حتى عام ١٩٩٧ عندما سـن الدسـتور قانوناً سـمح بنشـر إعلانـات لمسـتثمرين متعـددي الجنسـيات فـي المجـلات الكندية مما سـاعد الإعلام الكندي على الوصول إلى القراء وجذب العامة.

أدرك الناشرون الكنديون حاجتهم إلى خدمة السوق الكندية أكثر من الأمريكية على الرغم من أنّ ثلثي المحلات والأسواق الإعلامية الكندية تحمل أسماء دور نشر أمريكية. الأمر الذي دعا إلى البحث عن كتاب وناشرين ومواضيع كندية بعيدة عن الطابع الأمريكي.

وسائل الإعلام الإلكترونية:

كانت المحطات الإذاعية الأمريكية تعد خطراً على المحطات الكندية في مراحلها الأولى، وعندما استقلت البلاد في عام ١٩٣٢ ظهر الخطر الأمريكي بشكل أكبر، فأصبح التنافس بين الإعلام المسموع في كلا البلدين الظاهرة الأبرز إلى أن استطاعت الإذاعات الكندية إثبات وجودها واستقلالها تماماً عن المحطات الأمريكية.

أُستقبلت الموجات الإذاعية في كل مكان على الأراضي الكندية حيث كانت مملوكة بالكامل للحكومة. كانت بداية أول المحطات الإذاعات في عام ١٩٣٢ حيث ركزت اهتمامها إما بالأمور القومية والسياسية والإعلانات التجارية. ومع حلول عام ١٩٥٨ تم السماح للمحطات الخاصة المستقلة بالبث وبدأت المحطات بالبث على موجات FM.

في أيامنا هذه، تهتم المحطات الإذاعية بعرض البرامج المتنوعة الموسيقية والرياضية والإخبارية والإعلانات التجارية، فمحطة CBC الوطنية تهتم بالأخبار السياسية وتبتعد عن الإعلانات وتدعى راديو ١، أما راديو ٢ فتعتمد بشكل كبير على الإعلانات والبرامج الترفيهية ومحطة الروك الموسيقية تبث الموسيقى بشكل رئيسي والمقابلات مع الموسيقيين الكنديين وتستحوذ على ٣٠ بالمئة من المستمعين. ثم بدأ التطور الإعلامي الكندي شيئاً فشيئاً بالتناوب ما بين القطاع الخاص والقطاع الحكومي كما تنوعت المحطات الإذاعية والتلفزيونية فكان البث باللغتين الإنجليزية والفرنسية على مدار ٢٤ ساعة

يومياً، لكنّ الإعلاميون الكنديون، بالرغم من كل ذلك، عملوا على عرض البرامج الأمريكية وتقديمها في المحطات المحلية.

من أبرز المحطات التلفزيونية كانت CTV وThe Global حيث استحوذتا معاً على ١٢ بالمئة فقط من المشاهدين الكنديين، فكانت البرامج الكندية التي تعرض على محطة CTV بالكاد تحتل نسبة ١٧ بالمئة في عام ١٩٩٧، أما على محطة The Global فكانت البرامج الكندية بنسبة ٧ بالمئة وتضاءلت إلى ٥ بالمئة بحلول عام ١٩٩٧.

كان معدل متابعة البرامج المحلية في عام ١٩٩٩ يصل إلى ٦ ,٢١ ساعة أسبوعياً، بعد أن كان يصل إلى ٥ ,٢٣ ساعة أسبوعية في عام ١٩٨٨. حيث لم يثني هذا التضاؤل - في نسبة عدد المشاهدين للمحطات التلفزيونية الكندية - الناس عن متابعة المحطات الأخرى أو استعمال التلفاز لمتابعة ال DVD والفيديو والإنترنت. هذا يوجد في كندا أكثر من ١٨٠٠ كيبل يغذي عشرات المحطات فخلال عقد من الزمن استمر التطور والتوسع وتم استخدام التكنولوجيا الرقمية.

من المواضيع التي لا يمكن تجاهلها في دراسة الإعلام الكندي هو ظهور المحطات التلفزيونية الخاصة بالأقليات العرقية في ظل تعدد الثقافات واللغات، فقد بدأت محطة التلفزيون الخاصة بالسكان الأصليين الاسكيمو التي سميت APTN بالبث في عام ١٩٩٩ وعرضت العديد من البرامج خاصة بهم وبلغاتهم المحكية.

وسائل الإعلام الجديدة:

تعد كندا من أكثر الدول استخداما للإنترنت في العالم باعتبار أنّ الغالبية من السكان يستخدمونها على عكس المحطات التلفزيونية التي لا تحظى باهتمام كبير، فقد سجلت الإحصائيات أن نسبة ٥٨ بالمئة من الشباب يتصفحون

الإنترنت يومياً ويستخدمونها غالباً للتواصل عبر البريد الإلكتروني. يعتبر استخدام الكنديين الفرنسيين للإنترنت أقل من الكنديين الإنجليز بنسبة ٤٤ بالمئة للفرنسيين مقابل ٥٨ بالمئة للإنجليز.

أعطى الإعلام الكندي صورة جيدة عن الحكومة الكندية حيث لم يعارض حركات التحرر ولم يحرك السوق الإعلامي تجارياً، فلطالما اعتبر الكنديين الإعلام مصدراً للمعلومات فقط ولم يعتبرونه سلعة أبداً، وبشكل عام برز تقارب كبير بين وسائل الإعلام التقليدية كالصحافة والإذاعة والوسائل الحديثة كالإنترنت.

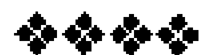
السينما والأفلام:

منذ بداية ظهور الصور المتحركة بدأت كندا بإنتاج أفلامها الخاصة في هوليود على يد النجمة الكندية Mary Pickford التي أنتجت فيلم Survival in the Yukon، ثم في عام ١٩٣٩ بدأت الحكومة بانتاج أفلامها الخاصة التي كانت تبرز صورة كندا إلى العالم. وبدأت الأفلام السينمائية في عام ١٩٦٠ كدعم للمحطات التلفزيونية حيث لعبت الحكومة دوراً كبيراً في انتاج الأفلام الوثائقية والسياسية وعرضها على شاشات التلفزة. وفي أيامنا هذه يسجَّل في كندا ٩ أفلام أجنبية من كل ١٠ أفلام، حيث تشهد السينما منافسة قوية مع السينما الأجنبية.

مستقبل تدريس الإعلام في كندا:

تطور تدريس الإعلام كتخصص مستقل في الجامعات الكندية مثل ما فعلت جامعة كولومبيا. كما طورت الجامعات الأخرى عشرات البرامج التدريبية الإعلامية بكلا اللغتين الفرنسية والإنجليزية مثل جامعة أوتاواه، وتورينتو وأونتاريو ولندن وجامعة كولومبيا البريطانية. ولكن على الرغم من ذلك فإن محدودية السوق الإعلامية دفعت الطلاب بعد تخرجهم بدرجة البكالوريوس

إلى العودة إلى الجامعات لتلقي برامج التدريب في فيها. ومع بداية القرن الواحد والعشرين أظهرت كندا شيئاً من التفاؤل نحو تشكيل هويتها الإعلامية والثقافية الخاصة والمستقلة والبعيدة عن الأمريكية بكلا لغتيها الفرنسية والانجليزية التي تؤهلها لدخول السوق الإعلامية العالمية.



الولايات المتحدة

عند دراسة الحضارة الأمريكية، يُظهِر التاريخ عبر القرون الماضية أنّ الإمبراطورية الإعلامية الأمريكية كانت المهيمنة على الإعلام في العالم أجمع حيث استطاعت توفير الأنباء العالمية بالتقارير السياسية وحتى برامج الترفيه، كما كانت مثالاً في التحرر الإعلامي وحرية التعبير والتفكير والديمقراطية يقتدى به في كل مكان، فهي تشكل أكثر من نصف المصادر التي تستقي منها المؤسسات الإعلامية أخبارها وبرامجها في العالم.

في أمريكيا يقضي الشعب أكثر من ٩ ساعات يومياً بين وسائل الإعلام بين مشاهدة المحطات التلفزيونية المختلفة وبين الاستماع إلى المحطات الإذاعية المختلفة أو تبادل البريد إلكترونياً أو تصفح الإنترنت أو متابعة الأخبار في البيوت أو السيارة أو حتى أثناء العمل.

ويعد المجتمع الأمريكي الأكثر تحرراً في العالم من حيث حرية التعبير أو انتقاد الحكومات أو متابعة قضايا الفساد والتصدي لها أو حتى من حيث تداول سوق الأعمال والاستثمار. كما أنّ الإعلام الأمريكي معروف بحمايته لحرية الصحفيين والصحافة حتى خلال فترة الاستعمار البريطاني للبلاد.

تاريخ الإعلام الأمريكي:

كانت الصحافة في أمريكا حرة منذ بدء التاريخ الأمريكي وخلال كل الفترات والحروب التي مرت عليها بدءاً بالاستعمار البريطاني ثم الاستقلال فالحرب الأهلية ثم الحرب العالمية الأولى وبعدها الحرب الباردة ثم تنازع القوى على السلطة، فكل تلك الفترات كانت تعكسها الصحافة بكل شفافية وحرية.

سيطرت الحكومة على الصحافة في أمريكا ولكنها لم تقمعها ولم تحدد من حريتها، فأول الصحف كانت Public Occurrences Both Foreign and Domestic في عام ١٦٩٠، ثم تبعتها Boston Newsletter في عام ١٧٠٤. وقد عبرت الصحافة بكل جرأة عن الأحزاب السياسية التي سيطرت

على الحكومة وعرضت وجهات النظر المختلفة لها وانتقدت كل ما كان يؤذي الشعب من ضرائب وممارسات غير قانونية ضدهم في فترة الاستعمار وما بعده خلال الحرب التحررية التي نتج عنها استقلال البلاد.

تم تعديل الدستور الأمريكي بعد الاستقلال بما يخدم الإعلام فبدأت الصحف بإنتقاد كل ما تجده منافياً لمصلحة البلاد وظهرت الصحف المعارضة للسلطة والصحف الحزبية التي تخدم مصالح أحزاب معينة، ثم بدأت الصحافة في القرن التاسع عشر تشجع الاستثمار وتعمل على إدراج الإعلانات التجارية وتدعم سوق الأعمال، إلى جانب السياسة فتأسست صحيفة New York Sun في عام ١٨٣٣ التي دعت المواطنين إلى المساواة بين السكان الأصليين والمهاجرين إلى المدن الكبرى، ثم نشأت صحيفة New York Herald التي اهتمت بأخبار الحوادث والجرائم واتسمت بالطابع البوليسي.

في الوقت الذي تم فيه انتخاب الرئيس أبراهام لينكولن كرئيس للولايات المتحدة عام ١٨٦٠ شعرت الولايات الشمالية الأمريكية بخطر يهدد اقتصادها فقامت بالانفصال عن بقية الولايات ثم تبع بعد ذلك الحرب الأهلية، حيث أُستخدمت الصحافة بشكل كبير لأهداف التخلص من العبودية والمساواة، ثم تلا فترة الحرب الأهلية مرحلة تطور الإعلام وتعدد وسائله من الصحف إلى المجلات إلى الكتب إلى العديد من الوسائل التي عبرت عما كان يجول في الساحة السياسية والشعبية بين أقطاب البلاد من شمالها إلى جنوبها ومن شرقها إلى غربها.

علاقة القانون الحكومي بالإعلام:

تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية دولة قانونية تطبق الدستور بكل أشكاله وتهتم بحقوق الإنسان وحرية التعبير والتفكير حتى وإن كان معارضاً للحكومة والسلطة. فعلى مدى ٢٠٠ عام ازدهرت الصحافة في ظل الدستور الأمريكي المتسم بالديمقراطية والحرية.

نشرت صحيفة New York Times في عام ١٩٧١ تقارير تبرز دور الحكومة الأمريكي في الحرب الفيتنامية مما جعل الحكومة تقدم شكوى ضد الصحيفة في المحكمة باعتبارها تهدد الأمن الوطني وتحرض الشعب ضد الحكومة، فكان قرار المحكمة أن دعت الحكومة إلى ضبط النفس واحترام حرية التعبير وعدم تحميله ثقل أعمالها على حسب ما ينصه دستور البلاد.

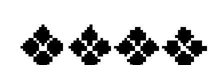
ولكن مؤخراً، أظهرت المحكمة العليا في أمريكا ترددها حول الدستور الذي حمى حقوق الحرية للصحافة في أمريكا أكثر من أي بلد أخرى في العالم، فوصلت الحكومة إلى درجة لم تعد تستطع السيطرة على الإعلام فنشأت حرب باردة بين المحكمة والإعلام في محاولة المحكمة للسيطرة ولو بشكل جزئي على ما يعرض في وسائل الإعلام المختلفة.

سجلت تلك الحرب العديد من المواجهات بين الحكومة والصحافة، ومن هذه المواجهات موقف الصحافة من أعمال الحكومة في فيتنام التي خسرت فيها الولايات المتحدة أعداداً كبيرة من شبابها في الجيش الذي حارب في فيتنام فكانت تلك الحرب الموضوع الأبرز على شاشات التلفزة الأمريكية مما أثار غضب الرئيس الأمريكي بسبب الانتقادات التي وجهت له على الرغم من إدعاءاته بأنه كان الطرف المنتصر في الحرب إلا أن الشعب صدق ما قالته الصحافة بأنه خسر الحرب. مما نتج عن ذلك، أن مارست الحكومات اللاحقة إجراءات منعت الصحافة من التطرق إلى المواضيع السياسية والحربية بشكل كبير حيث ظهر أثر ذلك بوضوح في فترة حكم الرئيس بوش الأب في حرب الخليج فقد شددت الحكومة السيطرة على الإعلام أكثر خلال تغطية حربها ضد الإرهاب في أيامنا هذه. أما خلال مرحلة الحرب على العراق فقد أمر البنتاغون بإبعاد الإعلام والصحافة كلياً عن مسرح الحرب وعدم إعطاء أي معلومات تخص الجيش للصحافة.

على الرغم من أنّ الصحافة الأمريكية تعمل بحرية بغض النظر عن القانون

إلا أن الإعلام المرئي والمسموع لم يكن كذلك فقد عملت المحطات الإذاعية والتلفزيونية في ظل الدستور ولصالح الحكومة والسلطة. ففي عام ١٩٣٤ تأسست لجنة الإعلام الفيدرالي التي منحت الرخص الرسمية للمحطات الإذاعية والتلفزيونية لبث البرامج التي تخدم الحكومة والسلطة في ظل الدستور الأمريكي لكن ذلك لم يدم طويلاً ففي عام ١٩٨٠ بدأ تحرر المحطات التلفزيونية والإذاعية عندما تك انتخاب الرئيس ريغن رئيساً للولايات المتحدة فبدأت المحطات الخاصة المستقلة بالبث وشهدت البلاد تغييراً إعلاميا جذرياً لم تشهده من ٤٠ عاماً. كما بدأ استخدام التكنولوجيا فتمت زيادة أعداد الكيبلات التي تغذي وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، وبدأت المحطات التلفزيونية تطرح القضايا السياسية وتناقشها وتعرض البرامج الحوارية ولكن من جانب واحد فالحكومة لا تمنع بثها ولكنها تتحفظ على آرائها وقراراتها.

يدرس المنظمون الاتحاديون في وقتنا الحاضر تطبيق قوانين صارمة للحد من الملكية الخاصة للمحطات التلفزيونية والإذاعية على الرغم من تفعيل قانون رفع القيود عنها الأمر الذي سيحدث اندماجا بين كبرى الشركات المالكة لوسائل الإعلام مما أثار النقاد الذين رأوا أن مثل هذه القوانين تحد من حرية الصحافة ومن تعدد وسائل الإعلام.



صناعة الإعلام المعاصر

الصحف المطبوعة:

على عكس التوقعات، فإن الصحافة المطبوعة لم تختفي مع ظهور الإنترنت وذلك لوجود علاقة وطيدة بين الناس والصحف، إلا أنّ ذلك لم يمنع من تدني أعداد القراء للصحف المطبوعة خصوصاً بين أوساط الشباب وصغار السن، بينما ترتفع النسبة بين أوساط الناس الذين تتراوح أعمارهم فوق سن الخمسين حيث تنحصر اهتماماتهم في الأخبار الوطنية والدولية بخلاف صغار السن الذين تنحصر اهتماماتهم في مواضيع أخرى مثل الدين والترفيه والرياضة وغيرها من المواضيع، مما ينبأ بزوال نسبة قراء الصحف المطبوعة لأن الأجيال القادمة لا تهتم بها.

خلال فترة تحرر الصحافة، بدأت الوكالات الصحفية تأخذ طابع الشركات التجاري مما جعل العديد من الصحف تتداول في الأسواق المالية وأسهمها تباع مما غير من طبيعة الصحف لتدخل أصحاب رؤوس الأموال والأسهم في طريقة عمل الصحف لتحقيق أرباح لهم من خلال التركيز على المواضيع التي تهم القراء. على أثر ذلك توسعت نشاطات الصحف لتشمل إصدار المجلات والبث عن طريق الكيبل، وأصبحت طريقة عرض المواضيع أكثر لطافة ونعومة، فأصبحت المواضيع الإيجابية يتم اختيارها بعناية فائقة بالإضافة إلى استخدام المؤثرات كالألوان والصور.

إنّ اعتماد الصحف على التكنولوجيا الحديثة في تزايد ملحوظ، فالعديد من الصحف تقوم بتوزيع نشراتها عن طريق الإنترنت، كما تقوم بعض الصحف الرائدة في الولايات المتحدة مثل USA Today وThe New York Times و The Wall Street Journal وغيرهم بتقديم نشراتهم اليومية والأسبوعية عبر الأقمار الصناعية للتوزيع العالمي.

حسب إحصاءات منظمة الصحف الأمريكية فإنّ:

- هناك ٦ من عشـرة يقرأون الصحف اليومية وسبعة من أصل عشرة يقرأون صحيفة الأحد الأسبوعية.
- هناك ٥٦ مليون صحيفة تباع في أمريكا، بمعدل صحيفتيـن لكل قارئ، يزداد العدد إلى ٦٠ مليون في الصحف الأسبوعية.
- يوجد أكثر من ١٠٠٠ صحيفة في أمريكا تملك مواقع على الإنترنت.
- ثلثا البالغيـن الذين يقـرأون الصحـف علـى الإنترنت، يقـرأون الصحف المطبوعة الأسبوعية.
- أغلب قـراء الصحف الإلكترونيـة لم يـرو أي تغيير في عاداتهـم في قراءة الصحف المطبوعة.
- نفقات الإعلان في الصحف في عـام ١٩٩٩ كانـت ٤٦,٣ بليون دولار، أي خمس مجمل نفقات الإعلان وما يعادل ٣٪ من إعلانات التلفاز.

المجـلات المطبوعة: تعتبر المجـلات رفيقة درب للصحـف المطبوعة حتى من قبـل الثـورة الأمريكية، حيـث بدأت في طـرح مواضيـع عامة ثم مـع الزمن أصبحـت تتخصص فـي مواضيعها. وقـد تميزت على الـدوام بسـهولة التكيف مع التغيرات الاقتصادية والسياسـية والتكنولوجية مع إعطاء العديد من الكتاب والمفكرين الفرصة للظهور ومناقشة القضايا الحساسة في المجتمع.

يوجد اليوم أكثر من ١٢٠٠٠ مجلة للمستهلك وأعداد أخرى كبيرة متخصصة في مجال التجارة والتكنولوجيا والصحافة الاحترافية. لكن لشح الموارد المالية أو لعدم اهتمام الناس فإن العديد من هذه المجلات باءت بالفشل.

تتخصص المجـلات بالعديد من المواضيـع مثل مواضيع الصحـة والحدائق واللياقة والسـياحة والكمبيوتر وغير ذلك من المواضيع الأخـرى. هناك العديد

مـن المجـلات الناجحـة، فمثـلاً هنـاك مجلـة Modern Maturity التـي تصل مبيعاتهـا إلـى ٢٠ مليـون نسـخة، وأيضـاً مجلـة Reader's Digest التي توزع ١٥ مليون نسـخة، حيث يلاحـظ أنّ نصـف أعلى عشـر مجلات إيـراداً هم من المجلات المتخصصة بالمرأة.

تعود الإعلانات بالربح الوفير على المجلات التي قد تصل حجم أرباحها من الإعلانات إلـى ١٠ ١٥– بليـون دولار، وتقوم العديد من المجلات باسـتخدام التكنولوجيا من أجل عمليـة توزيعها إلى الدول الأخرى، حتـى تطور الأمر إلى وجود المجـلات الإلكترونية التـي ما زالت فـي طـور البداية وتأمل فـي إيجاد جمهور لها بالإضافة إلى بحثها عن معلنين لتحقيق الأرباح.

وسائل الإعلام الإلكتروني:

تسـيطر وسـائل البث الإعلامـي على الحيـاة الأمريكيـة، حيث يعتبـر الراديو أقدم هذه الوسـائل يصل إلى ٨٠٪ من الشـعب الأمريكي يوميـاً. تتجاوز أرباح المحطـات الإذاعية البالغ عددهـا ٥٠٠٠ محطة على موجـة AM و٥٠٠ محطة FM و١٦٠٠ محطة ربحية وغير ربحية حاجز ١٠ بليون دولار.

مع حلول عام ١٩٢٠ تحول الراديو من هواية إلى وسـيلة ترفيهية استحوذت على السوق حيث تم السيطرة عليها تجارياً منذ البدايات الأولية لانطلاقها كأداة إعلامية. فخـلال أقل من عقد مـن الزمـان كان نصف الشـعب الأمريكي يملك أجهزة مذياع في بيوتهم يسـتمعون فيها إلى البرامج الترفيهية وخطابات الرئيس الأمريكي فرانكلين روزفلـت المطمئنة خلال فترة الحـرب العالمية الثانية. كان لظهور التلفاز بعد انتهـاء الحرب أثراً فـي تحويل اهتمام الناس مـن الراديو إلى التلفاز، مما جعل الراديو يسـتهدف يقتصر في برامجه – خصوصاً على موجات FM نقية الصوت – على الموسيقى والأخبار.

يعتبر التلفاز الوسيلة الأكثر شعبية في أمريكا نظراً للحقائق التالية:

- يقضي الطفل في مشاهدة التلفاز كل أسبوع ٢٠ ضعف ما يقضيه في الكلام مع أبويه
- يمضي المراهقون ٩٠٠ ساعة في المدرسة كل سنة مقارنة مع ١٥٠٠ ساعة سنوياً في مشاهدة التلفاز.
- يمضي المواطن الأمريكي العادي ما يصل إلى ٥٢ يوماً كاملاً في مشاهدة التلفاز سنوياً.
- عندما يصل المواطن الأمريكي سن السادسة والخمسين فإنه يكون قد أمضى ٩ سنوات في مشاهدة التلفاز.

كانت محطات ABC وNBC وCBS تسيطر على التلفاز حتى بداية الثمانينات من هذا العصر، فبعد دخول تكنولوجيا التلفاز عن طريق الكيبل تم كسر احتكار هذه الشبكات الإعلامية للتلفاز حيث ظهرت منافسة قنوات أخرى مثل FOX وWB وUPN وغيرها. تطور استخدام الكيبل من وسيلة للبث في الجبال والمناطق البعيدة إلى وسيلة ترفيهية متطورة فقد أنتجت هذه التقنية ما يسمى Home Box Office وغيرها من التطورات في عالم شركات البث.

ثم ظهرت شبكة ال CNN الإخبارية التي تبث الأخبار على مدار السعة طوال أيام الأسبوع.

تمكن الناس اليوم من الوصول إلى خيارات أخرى متعددة عن طريق القنوات الفضائية، إلا أنّ ذلك لم يمنع شركات الكيبل من الربح عن طريق الاشتراكات والإعلانات، مما زاد من مخاوف الناس من زيادة الأسعار مما جعل الكونجرس يسن قوانين جديدة واعتبار تقنية الكيبل وسيلة عامة لا خاصة.

تقترح بعض الدراسات أنّ هناك اختلافا ملحوظاً بين المحطات المحلية وشبكات البث الإعلامي في ما يتعلق في كيفية تحضير الأخبار. فالشبكات الإعلامية عادة ما تكون مجردة ومهتمة في ما يتعلق بأمور العلاقات الدولية والدفاع والاقتصاد بينما المحطات المحلية فهي تتكون من مجموعات متضامنة وتأخذ الطابع العائلي حيث تسيطر عليها مجموعة تتكون من الرجال والنساء المسؤولين عن النشرة الجوية والرياضة حيث يقومون بتقديم البرامج الحوارية القصيرة. لذا تقترح هذه الدراسات ضرورة إجراء المزيد من التقارير الإخبارية ووجود تغطية أكبر للأخبار المحلية التي تهم المجتمع والبحث عن مصادر إخبارية أفضل وتحضير قصص إخبارية طويلة مشوقة من أجل استعادة جمهورها الذي سلبته منهم مواقع الإنترنت. لكن من حسن حظ فإن أحداث الحادي عشر من سبتمبر كانت سبباً في استعادة هذا الجمهور الذي تابع الأحداث عن طريق هذه المحطات.

تعتبر ثقافة التلفزيون هي السائدة في أمريكا بالرغم من جميع التطورات التقنية في وسائل الإعلام، فالشعب يعتبر التلفاز مصدر أساسي في استقاء الأخبار والمعلومات، حتى أنّ الجدل بدأ يحتدم حول تأثير التلفزيون وما يعرضه من عنف وبرامج لا أخلاقية على الأطفال.

خدمات جديدة

تعتبر هيئة AP الجهة المسيطرة على خدمات الأخبار في أمريكا، فهي هيئة غير ربحية وتقدم خدماتها في ٦ لغات لأكثر من ٨٥٠٠ نشرة مطبوعة في أكثر من ١١٠ دولة في العالم، مما ساعد على تطوير تقديم الخدمات الإعلامية والإخبارية. في المرتبة التالية، تأتي UDI كثاني هيئة تعمل في هذا المجال إلا أنها عانت من خسارات فادحة اضطرتها لبيع جزء كبير من ممتلكاتها لشركات أخرى. بالإضافة إلى هذه الهيئات، تلعب الحكومة الفيدرالية دوراً مهماً في عملية توزيع الأخبار والمعلومات.

الإنترنت والتقنيات التفاعلية الجديدة:

ساعدت التقنيات الحديثة وسائل الإعلام على توسيع رقعة البث وإيصالها إلى جمهور أكبر، بل وأجبرت وسائل الإعلام التقليدية إلى التكيف معها. فأكثر من نصف المنازل في أمريكا تملك أجهزة كمبيوتر وإنترنت، بالإضافة إلى الكثيرين الذين يستعملونهما في أماكن العمل، فالأبحاث لا تزال تشير إلى أن تأثير تحرير التلفاز والراديو والديموقراطية أقل بكثير من تأثير الثورة المعلوماتية والتكنولوجية.

في البداية، كان استعمال الإنترنت محصوراً للجيش الذي استخدمه كحل بديل بسبب خوفه من تسرب المعلومات بسبب الحرب النووية. أما في الوقت الراهن، فإن استعمال الإنترنت مطلق ويستعمل في جميع الأعمال الشخصية والخاصة.

استطاع الإنترنت الاستيلاء على مشاهدي وسائل الإعلام الأخرى مما دفع أجهزة الإعلام إلى توظيف الإنترنت لدعم أجهزتها الإعلامية التقليدية، حيث أصبح الكثير من الناس يستخدمون الإنترنت للوصول إلى ما تقدمه هذه الأجهزة الإعلامية التقليدية.

الثقافة العالمية ووسائل الإعلام الإمبريالية

تعتبر وسائل الإعلام الأمريكية تجارة كبيرة وتزداد قوة يوماً بعد يوم خصوصاً بعد رفع القيود عن ظاهرة الاندماجات، حيث فرضت وسائل الإعلام الكبيرة والقوية نفسها على الوسائل الإعلامية الصغيرة مما جعل أرباحها تصل أرقام خيالية، فجينيرال إلكتريك الأمريكية وصلت أرباحها ١٢٧,٠ بليون، وشركة سوني اليابانية ٥٧,١ بليون، وفيفيندي الأمريكية ٥١,١ وشركة الأي تي أند تي الأمريكية ٤٩,٨ بليون، حيث استطاعت هذه الشركات الأربع العملاقة دخول قطاعات أخرى بالإضافة لقطاع الإعلام، مما يثبت سيطرة شركات

الإعلام الأمريكية على قطاع الإعلام والترفيه في العالم.

على المستوى المحلي، وسائل الإعلام تعبر عن رغبات الأكثرية الذين تستهدفهم شركات الإعلان، وكذلك الحال عالمياً حيث تعكس وسائل الإعلام الغربية بقيادة وسائل الإعلام الأمريكية الرأسمالية والقيم الديموقراطية التي تتبناها الدول الأكثر تقدماً في الجزء الشمالي من الكرة الأرضية.

هذا التأثير أثار الجدل حول ما إن كانت القيم الأمريكية أثرت على قيم الشعوب الأخرى من الدول النامية التي لا تستطيع أجهزة إعلامها منافسة شركات الإعلام الغربية أو أنها فقط تعرض العالم خيار الحرية السياسية ونمط حياة جديد!

الإعلانات والعلاقات العامة

تعتبر فترة التسعينات من أكثر الفترات ربحية لصناعة الإعلانات، مما أدى إلى إزدياد أعداد وكالات الإعلان وحالات الاندماج بين شركات الإعلان مما زاد في فرص العمل فقد عملت شركات الدعاية والإعلان على زيادة الأسعار عن طريق إعلاناتهم عن الشركات المؤسسة حديثاً. لكن هذه الفترة انتهت مع حلول عام ٢٠٠٠ حيث تدهورت أرباح شركات الإعلان وأفلست العديد من الشركات. وقد لام العديد شركات الدعاية وحملوهم مسؤولية هذا التدهور المالي - الذي تأثرت به حتى الشركات العملاقة - بمساهمتهم في وضع أسعار غير حقيقية للشركات الجديدة.

نتيجة لهذه الأزمة المالية، تمكنت العديد من الشركات العالمية القابضة من امتلاك ثلاث أرباع حصص أكبر ثلاث شركات علاقة عامة في أمريكا.

من الاتجاهات الجديدة التي ظهرت في السنوات الأخيرة توحد أعمال العلاقات العامة مع الدعاية والإعلان تحت ما يسمى نظام اتصالات التسويق المتكاملة (IMC).

حيث يتم تسويق جميع خدمات الدعاية والإعلان والعروض التجارية والبريد المباشر والمعارض التجارية تحت إدارة واحدة.

لم تعد الدعاية والإعلان مجرد وضع الإعلانات والرسائل التي تخاطب الجمهور، بل تعدت لتجعل المسؤول عن التسويق والدعاية على دراية بأصول التسويق والاتصالات التفاعلية وعلاقات التسويق وتطوير العلامات التجارية.

إنّ التقنيات الجديدة التي ظهرت في العصر الحديث مثل الإنترنت والتلفزيونات عن طريق الكيبل أخذت حصة كبيرة من نفقات الإعلانات والدعاية، حيث نقل الدعاية والإعلان من توجيه الخطاب للجمهور بشكل عام إلى مخاطبة جمهور محدد ذو اهتمامات خاصة ومعينة.

لكن بالرغم من أنّ وجود شركات عملاقة متخصصة في مجال الدعاية والإعلان وتقدم خدماتها بشكل متكامل لعملائها في أنحاء العالم، إلا أنّ النقاد اعترضوا على أسلوب عملهم بأنّ ذلك سيحدد مجال المنافسة ويجعل هذه الشركات تتحكم في وسائل الإعلام.

إنّ الدعاية والإعلان تجعل المواد المعلنة عنها مرغوبة حيث أنها تضيف قيمة وتخلق نوعاً من المنافسة وتعطي المستهلك منتجات بجودة أعلى، لكن في مقابل ذلك تواجه الدعاية والإعلان العديد من الانتقادات الاجتماعية نتيجة استهداف الحملات الدعائية الأطفال.

ونتيجة قضايا صحية مهمة مثل الحملات الدعائية التي تسوق السجائر والخمور. مما أدى رفع قضايا ضد شركات الإعلان ووجود تسويات قضائية مالية عالية، مما أدى إلى تعديل فقرات الدستور لضبط حرية التعبير الإعلامي والدعائي.

يبلغ عائدات قطاع العلاقات العامة بكل أشكالها في الولايات المتحدة ما يعادل ١٠ بليون دولار سنوياً ويتزايد هذا العائد بمعدل متزايد سنوياً،

ويبلغ عدد العاملين في هذا القطاع ربع مليون شخص في الولايات المتحدة الأمريكية فقط.

حيث يقوم العاملون في هذا المجال بالتعامل مع أجهزة الإعلام والاستشارات والعلاقات العامة وجمع التبرعات والمنشورات وغير ذلك من المعاملات.

تنوع وسائل الإعلام في البيئات المتغيرة

تعتبر كاليفورنيا مستقبل الولايات المتحدة الأمريكية من الجهة الديموجرافية حيث النسبة الكبرى من السكان ناطقة باللغة الإسبانية ومن أصول لاتينية، مما دفع شركات الإعلان إلى تغيير طرق استعمالهم أدوات الإعلان لاستهداف ما يقارب ١,٣ تريليون دولار التي تنفقها هذه النسبة من الشعب. وقد نتج عن ذلك وجود مؤسسات وصحافة عرقية تخاطب هذه المجتمعات، كما أنّ توظيف أشخاص من هذه العرقيات أولوية في القطاعات التي تستهدف هذه الأقليات من المجتمعات العرقية. وتعتبر نسبة النساء في القطاع الإعلامي أعلى من نسبة توظيف الأقليات حيث يشكلوا ثلث أو ثلثي نسبة التوظيف.

تجهيز الصحافيين والعاملين في قطاع الاتصالات للمستقبل

يعتبر تعليم الاتصالات من القطاعات النشطة في الولايات المتحدة بالرغم من حالة الركود الاقتصادي وتدني الرواتب في هذا القطاع، حيث يوجد هناك أكثر من ٤٠٠ تخصص في مجال الاتصالات العامة تدرس في الجامعات والكليات، حيث يتطلب العمل في هذا القطاع الشهادة الأكاديمية، ويتم توزيع الوظائف بين خريجين هذا التخصص بين قطاع الصحافة وقطاع العلاقات العامة وقطاع الدعاية والإعلان. كما تقوم الجامعات والكليات بتهيئة الطلاب الذين يدرسون هذه التخصصات للقضايا التي تهم الولايات المتحدة الأمريكية وكيفية تقديم الأخبار بأكثر من وسيلة فيتم تدريبهم على وسائل

الاتصالات المتعددة.

فهناك بعض أجهزة الإعلام التي اكتفت بنقل ما تطبعه إلى الشبكة العنكبوتية بينما قامت أجهزة إعلامية أخرى بخطوات أكثر جدية في هذا المجال حين استعملوا البث المباشر على الإنترنت وعمل المواقع والنشر الواسع لما تنشره على الإنترنت، حيث يتم عمل كل ذلك بعد تدريس طرق البحث والتفكير الإبداعي والكتابة لموظفيها. وقد نهجت الجامعات والكليات التي تدرس العلاقات والدعاية والإعلان هذا النهج حتى تهيأ طلابها لما تشترطه أجهزة الإعلام والشركات في موظفيها، مما خلق نوعاً من التحدي للقائمين على هذه البرامج لصعوبة اختيار المناهج وما يتوقع من طلاب هذه التخصصات.

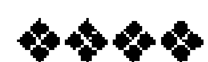
من التحديات القائمة التي تواجه قطاع تعليم الصحافة هو في حقيقة دور هذا التخصص في هذا المجال! فجامعة كولومبيا العريقة قررت إعادة تقييم دور الصحافة في الدرجات العلمية المتقدمة.

فالموازنة بين المهارات العملية والدراسة النظرية يعتبر من المواضيع التي تناقش على الدوام في هذه الأوساط. يعتقد Orville Schell العميد في جامعة كاليفورنيا بأنّ اعتقاد أنّ المهارات العملية في الصحافة تأتي فقط عن طريق العمل في هذا المجال، هو اعتقاد خاطئ، فالحاجة للمدارس لا زال ضرورية لتدريس الصحافة مع ضرورة التنبه تدريس مواد التاريخ والاقتصاد والأدب لطلاب تخصصات الصحافة والاتصالات.

أن النتيجة التي نخرج بها أن كندا مع وجود الديمقراطية ونظام إعلامي دقيق، تمكنت من دخول القرن الواحد والعشرين بأمل إيجابي في النجاح إعلامياً حيث الحافز بضرورة إيجاد هوية وطنية مميزة مع وجود الحذر من التأثير الأمريكي عليها، ومراقبة التاريخ الفرنسي والبريطاني عندها.

ساهمت الحرية الإعلامية والعائدات الضخمة من سوق الدعاية والإعلان على جعل أجهزة الأعلام الأمريكية تلعب دوراً عالمياً متوقع الحدوث من دولة عظمى في العالم. حيث تساهم هذه الأجهزة في تشكيل الخطط العامة في الدولة والمشاركة في الدبلوماسية العامة. فأجهزة الإعلام الأمريكية بالرغم من وجود العديد من الانتقادات الموجهة ضدها إلا إنّ ذلك لا يغير من حقيقة تأثيرها القوي على العالم، خصوصاً أنها في حال تطور واندماج دائم من أجل السيطرة على السوق الإعلامي والتجاري.





المصادر المراجع

أولا: المراجع العربية

- د. محمد بشاري، صورة الإسلام في الإعلام الغربي، ط١، دار الفكر، دمشق، ٢٠٠٤م.
- د. حسن السوداني، نظرية العنف في الإعلام الغربي: دراسة لواقع الإعلام بعد أحداث ١١ سبتمبر، نقلاً عن شبكة التربية الإسلامية الشاملة
- واسرمان، ستانلي وكاثرين فاوست. ١٩٩٤. شبكة التحليل الاجتماعي: الأساليب والتطبيقات. كامبريدج: دار نشر جامعة كامبريدج.
- نيومان، م، باراباسي، أ.-ل.، واتس، (دي جي) محرران. (٢٠٠٦) وهيكل وديناميكية من الشبكات. برينستون، نيوجيرسي: مطبعة جامعة بريتستون.
- بيجان ألف، لورنتي س، لقانون البنائية والتصميم وتطور الطبيعة. المعاملات الفلسفية للجمعية الملكية ب، العلوم البيولوجية، المجلد. ٣٦٥، ٢٠١٠.
- محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، ٢٠١٢.
- مانفريد فرانك، حدود التواصل، ترجمة عز العرب الحكيم بناني، الدار البيضاء، ٢٠٠٢.
- نور الدين افاية، الحداثة والتواصل، بيروت- الدار البيضاء، ١٩٩١.

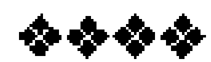
- أجي واون وآخرون، ١٩٨٤، وسائل الإعلام، ترجمة ميشيل تكلا، مصر، مكتبة الوعي.
- سترني، هربرت، ١٩٨٩م، المراسل الصحفي ومصادر الأخبار، "ترجمة، سميرة أبو سيف، مصر، الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- عبد الهادي، محمد فتحي، ٢٠٠٢، المعلومات وتكنولوجيا المعلومات على أعقاب قرن، مصر، مكتبة الدار العربية للكتاب.
- العبد، نهى عاطف، ٢٠٠٧، صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، مصر، دار الفكر العربي.
- قاسم، حشمت، ١٩٩٤، المعلومات والأمية المعلوماتية في مجتمعنا المعاصر، الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات: كتاب سنوي.
- المصمودي، مصطفى، ١٩٩٨، ثورة المعلومات والاتصالات وتأثيرها على الدولة والمجتمع في العالم العربي، مركز الإمارات للدراسات الإستراتيجية، أبو ظبي.
- مكاوي، حسن عماد، ١٩٩٣، تكنولوجيا الاتصال الحديث في عصر المعلومات، ط١، مصر، الدار المصرية اللبنانية.
- مهنا، فريال، ٢٠٠٢، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، لبنان، دار الفكر المعاصر.
- نصر، حسني وآخرون، ٢٠٠٤، التحرير الصحفي في عصر المعلومات العين، دار الكتاب الجامعي.
- اليحياوي، يحيى، محاضرة بعنوان في الثورة الإعلامية والمعلوماتية المعاصرة التي ألقاها الباحث بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بالرباط بدعوة من الجمعية الفلسفية المغربية، ١١ فبراير ١٩٩٨.

- إبراهيم العقباوي. " أخلاقيات الإعلام والفضائيات العربية ". في: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر.. ط١ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، يناير ٢٠٠٥م).
- إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير. ط٣ (القاهرة: لا. ن، ١٩٨١م).
- أحمد بن راشد بن سعيد." حدود الهيمنة: الجمهور النشط وتكنولوجيا الاتصال ". في: تكنولوجيا الاتصال الواقع والمستقبل (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٩م).
- أحمد زكي بدوي. معجم مصطلحات الإعلام (القاهرة: دار الكتاب المصري، ١٩٨٥م).
- معجم مصطلحات الإعلام. ط٢ (القاهرة: دار الكتاب المصري، بيروت: دار الكتاب اللبناني، ١٩٩٤م).
- أحمد عبد الملك. دراسات في الأعلام والثقافة والتربية. ط١ (الدوحة: المجلس الوطني للثقافة والتربية والفنون والتراث، ٢٠٠٢م).
- حمد فاروق رضوان. " اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للإخبار والمعلومات ". في: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر. ط١ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية والمكتبة الإعلامية، ٢٠٠٥م)
- أماني عمر الحسيني. الإعلام والمجتمع. ط١ (القاهرة:عالم الكتب، ٢٠٠٥ م).
- جبارة عطية جبارة. علم اجتماع الإعلام (الإسكندرية: دار الوفاء، ٢٠٠١م).

- حسن إبراهيم مكي وبركات عبد العزيز محمد. المدخل إلى علم الاتصال. ط٢ (الكويت: ذات السلاسل، ٢٠٠٣م).
- سامي طايع. بحوث الإعلام (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠١م).
- سمير محمد حسين. بحوث الإعلام. ط٣ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٩م).
- الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام. ط٢ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٣م).
- شاهيناز طلعت. وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية. ط١ (القاهرة: مكتبة الانجلوالمصرية، ١٩٨٠م).
- عبد الله الطويرقي. علم الاتصال المعاصر. ط٢ (الرياض: مكتبة العبيكان، ١٩٩٧م).
- فاطمة القليني وآخرون. علم الاجتماع الإعلامي (القاهرة: مكتبة زهراء الشرق، لا. ت).
- فرج الكامل. تأثير وسائل الاتصال: الأسس النفسية والاجتماعية. ط١ (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٥م).
- فضيل قليو. الاتصال – مفاهيمه – نظرياته – وسائله (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م).
- محمد عبد الحميد. دراسة الجمهور في بحوث الإعلام. ط١ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٣م).
- محمد علي العويني. نماذج الاتصال وتطبيقاتها في الإعلام الدولي (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٩٠م).

- محمد معوض وياسين الياسين. دراسات إعلامية (الكويت: ذات السلاسل،١٩٩٥م).
- محمد منير حجاب. الموسوعة الإعلامية (القاهرة: دار الفجر، ٢٠٠٣ م) مج١. مج٢. مج٣. مج٦.
- دنيس مكويل. الإعلام وتأثيراته: دراسات في بناء النظرية الإعلامية. تعريب: عثمان العربي. ط١(لا. ن: بلا دار نشر، ١٩٩٢م).
- وليام ريفرز وآخرون. الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر. ترجمة: أحمد طلعت البشبيشي (مصر: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٥م).
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، ٢٠١١، الإعلام الدولي، الأردن، دار المسيرة.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، ٢٠١١، التخطيط الإعلامي، الأردن، دار المسيرة.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، ٢٠١١، الصحافة العالمية، الأردن، دار المسيرة.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، ٢٠١١، قضايا اعلامية معاصرة، الأردن، دار المسيرة.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، ٢٠٠٤، إشكاليات الإعلام والاتصال في العالم الثالث، الأردن، مكتبة رائد العلمية.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، ٢٠٠٤، الإعلام والعولمة، الأردن، مكتبة رائد العلمية.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، ٢٠٠٥، العلاقات العامة والعولمة، الأردن، دار جرير.

- الدليمي، عبد الرزاق محمد، ٢٠٠٥، عولمة التلفزيون، الأردن، دار جرير.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، ٢٠١٠، الإعلام إشكاليات التخطيط والممارسة، الأردن، دار جرير.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، ٢٠١٠، الإعلام الدولي، الأردن، محاضرات ألقيت على طلبة الدراسات العليا في جامعة الشرق الأوسط.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، ٢٠١٠، الدعاية والإرهاب، الأردن، دار جرير.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، ٢٠١٠، فن التحرير الإعلامي المعاصر، الأردن، دار جرير.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، ٢٠١١، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، الأردن، دار وائل.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، ٢٠١١، الهندسة البشرية والعلاقات العامة، الأردن، دار وائل.



ثانياً: المراجع باللغة الانكليزية

- Nick Lacey. Media Institutions and Audiences: Key Concepts In Media Studies (China: Published By Palgrave , 2002).
- Robert Abelman & Davidj. Atkin. The televiewing audience: the art and science of watching (Newjersey: Hampton press INC , 2002.
- Will Brooker & Deborah Jermyn. The audience studies reader , first published (London &Newyork: Routiedge taylor &francis group , 2003)
- Bernd henning & Peter vorderer." predeicting the amount of television viewing by need for cognition". In: journal of communication. No.21. oxford university press. march 2001. Vol.7.
- Nancy Signoriell." television selective Viewing: Alimited possibility".In: Journal of communication.No3. oxford university press.vol 36.
- Wolfram peiser & Jochen peter." Third- person perception of television: viewing behavior ".In: journal of communication. No. 1.oxford university press.vol 50.
- Asch: Social pscsyology , New York. 1962.

- Ault H. Philip and Emery Edewin: Reporting The News New York , 1965.
- Ault Ph. H. & Emery E. Reporting The New's H. Brothers New York 1965.
- Barman T. Diplomatic Correspondent H Hamilton London 1968.
- Black , Jay and Jennings Brayant , (1995) , Introduction to Communication: Understand The past , Experience The present , Marvel et The future (Medison , Brown Q. Bench Mark ,4th ed.
- Boyd Andrew Broadcast Journalism: Techniques of Radio And Television News. Fifth Edition (USA: Focal Press. 2001).
- Boyd Andrew Broadcast Journalism: Techniques of Radio and Television News.
- Brucker H. Journalist The Mac Comp. New York 1962.
- Burton , Grame. Talking Television An Introduction to the Studying of Television (London Arnold Publishers , 2000).
- Chang Du-wei And Others Rpc – News A Real Time Personalized News System In: Internet Research Vol: 7 No:4 1997.

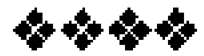
- Chang Hong An Armchair Surfing of A New Global News Medium In Gazette Vol 62 No: 3 2000.
- Coblentez Edmond , D. Newsman Speak Berk & Los Ang. Univer of California 1954.
- Cunter , Barrie News and The Net (London: Lawrence Erlbaum publishers , 2003).
- D'heanens , Leen And Others indonesian Television News: Making Before And After. In: Gazette Vol; 61 No: 2 1999.
- Denis Mcqual & Seven Windohl: Communication Models London Longman 2 ed. 1993.
- Encyclopedia Gude (1982) , Paris , S.V.LA PRESS.
- Frost Chris Media Ethics And self Regulation (USA: Longman , 200).
- Georg A. Hough. News writing Houghton Miffin Company , Boston 1975.
- Gorden , Georg N. ,(1979) , The Communication Revelution; A History of Mass Media in the United States , N.Y. Hasting House.
- Holland Patricia The Television Handbook Second Edition (London: Long man 2002).

- Holland Patricia The Television Handbook Secónd Edition. (London: Routledge , 2000).
- http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B1%D9%8A%D9%85%D8%A9%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%A9.
- http://www.elyahyaoui.org/assphilo. htm.
- International Encyclopedia of Social Sciences , (1968) , VOL. 15.
- Krogh Troben , (1996) , Unesco Sources , NO. 75 , Dec. 1995 – JAN , 1996 , UNESCO , Paris.
- Lull , James (1995) , Media Communication: Culture A global Approach (London , Polity Press ,
- Patricia News Photography In Briggs Adam & Copley Paul The Media And Introduction Second Edition (London: Long man 2002).
- Personnel Problem , Columbia Journalism Review , 4: 40 (Winter 1966). Chilton R. Bush: News writing and Reporting public Affai.
- Robbins A. Lan P. Newspaper to –day" Oxf. NnivPress London 1950.

- Stephens , Mitchell , (1998) The Rise of the Immage , the Fall of the Word , New York , Oxford University Press.
- Turow ,Joseph. Media Today: An Introduction to Mass Communicatin , Second Edition. (USA: Houghton Mifflin Company , 2003).
- Ayish , M. 2002. Political communication on Arab world television: evolving patterns. Political Communication , 19(2) , pp.137 — 154.
- Arblaster , A. 2002. Democracy. 3rd ed. Philadelphia , PA: Open University Press.
- Deacon , D. , Pickering , M. , Golding , P. and Murdock , G.2007. Researching communications: a practical guide to methods in media and cultural analysis.2nd ed. London: Hodder Education.
- Diamond , L. 2010. Why are there no Arab democracies? Journal of Democracy , 1 (21)
- Figenschou , U. T. 2010. A voice for the voiceless?: A quantitative content analysis of Al-Jazeera English›s flagship news. Global Media and Communication.6 (1) ,
- Lynch , M. 2006. Voices of the new Arab public: Iraq , Al-Jazeera , and Middle East politics today.1st ed. New York: Columbia University Press.

- Parks , I.2007.Insecure airwaves: US bombings of Al-Jazeera. Communication and Critical/Cultural Studies, 4(2), Pintak , L. 2008. Seattleite TV news and Arab democracy. Journalism Practice , 2(1)
- Seib , B. 2005. Hegemonic no more: western media , the rise of Al-Jazeera , and the influence of diverse voices. International Studies Review , 7.
- Thussu , D.K. 2006. International communication: continuity and change.2nded. London: Hodder Education.
- Wenden , A. 2005. The politics of: a critical discourse analysis of an Aljazeera special report. International Journal of Peace Studies , 10(2)
- Zayani , M. 2008. Arab media , corporate communications, and public relations: the case of Al Jazeera. Asian Journal of Communication , 18(3).
- http://www.guardian.co.uk/commentisfree/michaeltomasky/2011/mar/07/usa-hillaryclinton.
- • Walt , S. 2011.Winners and losers of the revolution. Foreign Policy [Online] , United State of America , 14 February. Available from: http://www.foreignpolicy.com/articles/2011/02/14/winners_and_losers_of_the_revolution.

- http://www.startimes.com/f.aspx?t=30329470
- http://www.albayan.ae/opinions/articles/2013-12-24-1.202686
- http://www.alukah.net/sharia/0/3965/#ixzz2tsb3EYpf



فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
المقدمة	٥
الإعلام المعاصر	٧
صناعة الإعلام في ظل المفهوم الاستثماري للظاهرة الإعلامية	١٠
أسباب تركيز وسائل الإعلام على المصالح الخاصة وغيابالمصلحة العامة في العملية الإعلامية:	١٢
أبرز وكالات الأنباء في العالم	١٣
مفهوم وكالات الأنباء:	١٣
دور وكالات الأنباء وأهميتها في العملية الإعلامية	١٥
وكالات الأنباء المحلية والعالمية: الروابط غير الثابتة	٢١
توطئة:	٢١
وكالات الأنباء من النشأة إلى العولمة:	٢٢
تفكيك وتركيب نظام الأخبار العالمي	٢٣
هيمنة اتحاد الإعلام الأوروبي:	٢٤
حل احتكار الإعلام الأوروبي ١٩١٨- ١٩٣٤	٢٥
هيمنة الوكالات الخمس الكبرى ١٩٤٠-١٩٨٠:	٢٦
حل الوكالات الخمس الكبرى:	٢٦
الوكالات الثلاث الكبرى:	٢٧
وكالات الأنباء الوطنية:	٢٨
الخاتمة:	٢٩
عوائق تطوير الإعلام	٣٠

العوائق المادية: ٣١
العوائق الثقافية: ٣٢
العوائق الاقتصادية: ٣٤
العوائق الحكومية: ٣٥
العوائق الإعلامية: ٣٨
العوائق التكنولوجية: ٤٠
الخاتمة: ٤١
حرية الصحافة في العالم ٤٢
تعريفات: ٤٢
السوق: ٤٣
أنصار المجتمع: ٤٤
تقدم: ٤٥
الحريات اليوم: ٤٦
التغييرات الحالية: ٤٨
التحديات الحالية: ٤٨
التعليمات العالمية: ٤٨
ظاهرة تدفق الأخبار باتجاه واحد: ٤٩
مشكلات تعرقل العمل الإعلامي إلى الدول النامية ٥٢
العلاقة بين الوكالات العالمية والحكومات الغربية: ٥٧
الوكالات وتحديد الأجندة العالمية: ٥٨
وضع القواعد التي يتم عليها جمع الأخبار: ٥٩
النمطية: ٦٠
وكالات الأنباء وحراسة البوابات: ٦١
التبعية الإعلامية للوكالات: ٦١
وكالات الأنباء الإقليمية والوطنية: ٦٢

مستقبل وكالات الأنباء: ٦٣
الأيديولوجية الغربية لصناعة الأخبار.. ٦٥
أولا: القيم الخبرية والتشابه الإخباري: ٦٥
وكالات الأنباء في العالم ٧٦
الوكالات العربية ٧٨
أهم شبكات الإعلام العالمية: ٧٩
شبكة CNN: ٧٩
هيئة الإذاعة البريطاني British broadcasting Corporation (BBC)... ٨١
شبكة كولومبيا للبث OLUMBIA BROADCASTING SYSTEM) أو (CBS) .. ٨٣
هيئة الإذاعة الوطنية (NATIONAL BROADCASTING COMPANY) أو NBC .. ٨٣
شبكة فوكس التلفزيونية بالإنكليزية (FOX BROADCASTING COMPANY).. ٨٣
هيئة الإذاعة الأمريكية (AMERICAN BROADCASTING COMPANY أو ABC) . ٨٤
الحرة.. ٨٥
الإدراك في الشرق الأوسط ٩١
الهيمنة الصهيونية على الإعلام العالمي.. ٩٣
السيطرة على وسائل الإعلام: ٩٤
اليهود والصحف البريطانية: ٩٥
السيطرة على صناعة السينما: ٩٥
محاربة الإسلام:.. ٩٦
نفوذهم في المؤسسات الدولية: ٩٦
شبكات التواصل الاجتماعي ١٠١
مميزات الشبكات الاجتماعية.. ١٠١
أنواع الشبكات الاجتماعية.. ١٠٢
نشأة الشبكات الاجتماعية ١٠٤
أنواع الشبكات الاجتماعية.. ١٠٥

نوع أساسي ١٠٥
مرتبط بالعمل ١٠٥
مميزات إضافية ١٠٥
أنواع الشبكات الاجتماعية حسب طبيعتها ١٠٥
الشبكات الاجتماعية عربياً ١٠٦
الشبكات الاجتماعية والأعمال ١٠٦
أشهر روابط الشبكات الاجتماعية ١٠٦
نظرية الشبكات ١٠٧
تحسين الشبكات ١٠٧
تحليل الشبكات ١٠٨
تحليل الشبكة الاجتماعية ١٠٨
تحليل الشبكة البيولوجية ١٠٨
تحليل الترابط ١٠٨
تحليل ترابطات الويب ١٠٩
مقاييس مركزية ١٠٩
انتشار المحتوى على الشبكات ١١٠
تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين ١١٠
تعريف ١١٢
النشأة والبداية ١١٢
أنواع الشبكات الاجتماعية ١١٤
١- نوع أساسي ١١٤
٢- مرتبط بالعمل ١١٤
٣- مميزات إضافية ١١٤
الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية ١١٤
سيناريو يوضح عمل الشبكات الاجتماعية ١١٦

الشبكات الاجتماعية وتغيير الإنترنت ١١٧
الشبكات الاجتماعية وقضايا شائكة ١١٨
أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنيت ١١٩
الشبكات الاجتماعية عربياً............................ ١١٩
جمهور المتلقين في ظل هذه الشبكات............................ ١٢٢
بعض الإحصائيات للإعلام الجديد:............................ ١٢٥
المنظور العالمي لقضايا الإعلام ١٣٠
وفلسفات الصحافة العالمية............................ ١٣٠
"الصحافة المسؤولة":............................ ١٣١
يورغن هابرماس............................ ١٣٢
نظرية فعل التواصل (١٩٨٤-١٩٨٧): ١٣٤
ما المقصود بالفعل التواصلي لدى هابرماس ؟............................ ١٣٤
هابرماس والرأي العام: ١٣٨
فلسفة النظام والسلطة:............................ ١٣٩
العودة إلى المجتمع ١٤٢
أهمية السياق: ١٤٣
سيطرة الإعلام:............................ ١٤٤
فلسفة الحرية: ١٤٤
أنظمة الإعلام العالمية: نظرة شاملة ١٤٦
مزايا الميكافيلية: ١٤٦
مستقبل أفلاطوني: ١٤٨
ثقافة الإعلام العالمي:............................ ١٤٨
الصحافة والديمقراطية: ١٥٠
محاسبة الإعلام: ١٥٢
جودة الصحافة: ١٥٣

الإنترنت: ١٥٥
بعض المنغصات: ١٥٧
أخلاقيات الصحافة العالمية: ١٥٨
ما هي الصحافة: ١٦١
علماء يمثلون النظام، ليسوا صحفيون: ١٦١
لا يكمن دور الإعلامي في مواجهة الخطر: ١٦٢
الصحفيون يخسرون احتكارهم للمعرفة: ١٦٣
الإعلام يخسر القدرة على التخطيط: ١٦٤
خسارة الاحتكار ستؤثر على الأخلاقيات: ١٦٤
ستبقى المطالبة بأخلاقيات الصحافة: ١٦٤
الإعلان العالمي والعلاقات العامة: ١٦٥
آسيا والمحيط الهادئ ١٦٧
أمريكا اللاتينية والبحر الكاريبي: ١٧٠
جنوب الصحراء الأفريقية الكبرى: ١٧٢
الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: ١٧٣
أوروبا الشرقية: ١٧٤
أوروبا الغربية: ١٧٦
أمريكا الشمالية (الولايات المتحدة وكندا): ١٧٧
تناقضات الإعلام المستمرة: ١٧٨
تناقضات الإعلام العالمي الحالية: ١٧٩
مخاوف عولمة الليبراليون الإعلاميون الجدد: ١٨٠
مشكلات الإنترنت ووعود بالحل: ١٨١
اليونسكو ونظام المعلومات العالمي الجديد: ١٨٢
الدعوات من أجل نظام عالمي جديد: ١٨٢
نداء NWIO الأول: ١٨٢

لجنة ماكبرايد "MacBride": ١٨٣
المعارضة الغربية ل"NWIO" ١٨٣
جهود جديدة لتعريف تناقضات الإعلام العالمي: ١٨٤
مخاوف في الغرب: ١٨٤
مؤتمر العالم حول مجتمع المعلومات: ١٨٦
مجموعات المجتمع المدني الداعمة: ١٨٧
الإنترنت وحركة مناهضة الليبرالية الجديدة: ١٨٨
تقارير صحفية من بلدان أجنبية ١٩٠
بُعد المسافة والقراءات الخاطئة المزدوجة ١٩٠
التفسيرات المنحازة: الصحافي السائح ١٩٨
الأخبار المهمة الصعبة للصحافة العالمية ٢٠١
تعريف عصري للأخبار ٢٠١
مصطلح الأخبار ٢٠٣
الواقعية والموضوعية ٢٠٤
مدخلات ومعطيات الأخبار ٢٠٥
الأخبار المفضلة ٢٠٨
عادات القراءة ٢٠٩
مفهوم الأخبار الحديثة ٢١٠
واقع الإعلام المعاصر في مناطق العالم ٢١١
الدول الأوروبية ٢١١
ملاحظات عن تاريخ المنطقة وخلفيتها ٢١١
البداية الأوروبية ٢١٢
المنح الحكومية ٢١٣
الساتلايت ٢١٣
دخول الإنترنت وأجهزة الموبايل ٢١٣

التجارة وثقافة صناعة الأفلام ٢١٤
أخطار تواجه الصحافة الأوروبية........ ٢١٥
نواحي تاريخية ٢١٥
الإتحاد الأوروبي ووسائل الإعلام........ ٢١٦
ملفات تعريفية بوسائل الإعلام الوطنية........ ٢١٨
النمسا........ ٢١٨
بلجيكا ٢١٩
الدانمارك........ ٢٢٠
فنلندا........ ٢٢١
فرنسا........ ٢٢٢
ألمانيا ٢٢٤
اليونـان........ ٢٢٥
أيسلندا ٢٢٦
إيرلـندا........ ٢٢٧
إيطاليـا ٢٢٨
لوكسمبورغ ٢٢٩
هولنـدا........ ٢٣٠
النرويج........ ٢٣١
البرتغال ٢٣٢
أسبانيـا ٢٣٣
السويد ٢٣٤
سويسـرا........ ٢٣٥
المملكة المتحدة: بريطانيا ٢٣٥
تحديات القرن الواحد والعشرين ٢٣٦
أوروبا الشرقية والدول المستقلة حديثاً........ ٢٣٨

في آسيا وأوروبا وروسيا ٢٣٨
تطور وسائل الإعلام في شرق أوروبا: ٢٣٩
يوغوسلافيا السابقة ودول البلقان: ٢٤٠
الجمهورية التشيكية والسلوفاكية: ٢٤١
بولندا: ٢٤٢
هنغاريا: ٢٤٢
رومانيا: ٢٤٣
بلغاريا: ٢٤٤
ألبانيا: ٢٤٤
التوتر في العلاقة بين الحكومات والإعلام: ٢٤٥
انتشار وسائل الإعلام الإلكترونية آثارها: ٢٤٦
جذور التسلط الحكومي على الإعلام واستمراريتها: ٢٤٨
تأييد القوانين المنصفة لوسائل الإعلام: ٢٤٩
مفهوم حرية وسائل الإعلام ومساءلتها: ٢٥٠
الصحافة بين التعليم والتدريب: ٢٥١
مستقبل الإعلام في أوروبا الوسطى: ٢٥٢
الإعلام في بعض الدولة المستقلة حديثا ٢٥٣
دول البلقان: ٢٥٤
استونيا: ٢٥٥
لاتيفيا: ٢٥٦
ليتوانيا: ٢٥٧
أوكرانيا وبيلاروسيا ومولدوفيا: أوكرانيا: ٢٥٨
بيلاروسيا: ٢٥٩
مولدافيا: ٢٦٠
دول ما وراء القوقاز (جورجيا، أرمينيا، أذربيجان) ٢٦٢

جورجيا: ٢٦٢
أرمينيا: ٢٦٣
أذربيجان: ٢٦٤
آسيا الوسطى ٢٦٦
(كازاخستان، قيركزستان........ ٢٦٦
طاجكستان، تركمانستان، أوزباكستان) ٢٦٦
كازاخستان: ٢٦٦
قيرغزستان: ٢٦٨
طاجكستان: ٢٧١
تركمانستان: ٢٧٢
أوزباكستان: ٢٧٣
مشاكل الصحافة الروسية المعاصرة والفرص المتاحة: ٢٧٤
الإعلام المطبوع: ٢٧٥
الإعلام المرئي والمسموع: ٢٧٦
الإنترنت: ٢٧٦
تعليم الصحافة في روسيا: ٢٧٧
مشاكل الصحافة الروسية المعاصرة: ٢٧٨
تأثير السياسة: ٢٧٨
الاستقلال الاقتصادي: ٢٧٩
مسألة الأخلاقيات: ٢٧٩
الرقابة الذاتية: ٢٨٠
حرية التعبير في وسائل الإعلام الروسية: ٢٨١
الجوانب القانونية لحرية الإعلام: ٢٨١
الجوانب العامة لحرية الإعلام: ٢٨٢
إيران: ٢٨٣

إسرائيل:.. ٢٨٤
تركيا:.. ٢٨٥
جنوب الصحراء الإفريقية الكبرى.. ٢٨٧
(المناطق الشرقية والغربية والجنوبية).. ٢٨٧
السياق السياسي: ٢٨٧
الاقتصاد ومحو الأمية والبنية التحتية للاتصالات: ٢٨٨
تاريخ الصحافة: الفترة الاستعمارية (١٨٠٠ - ١٩٦٠) ٢٨٩
الأسلوب الأنجلو- أمريكية: ٢٩٠
الأسلوب الاستعماري الفرنسي.. ٢٩١
الأساليب الاستعمارية البرتغالية: ٢٩١
أنظمة الصحافة في فترة ما بعد الاستقلال الفترة (١٩٦٠-١٩٩٠) ٢٩١
تحرير الصحافة.. ٢٩٢
الصحافة المطبوعة ٢٩٥
غرب إفريقيا.. ٢٩٥
نيجيريا: ٢٩٦
غانا:.. ٢٩٦
ليبيريا وسيراليون: ٢٩٧
ساحل العاج:.. ٢٩٧
بنين: ٢٩٧
مالي:.. ٢٩٨
السنغال:.. ٢٩٨
توغو: ٢٩٩
الكاميرون: ٢٩٩
شرق إفريقيا: ٣٠٠
كينيا: ٣٠٠

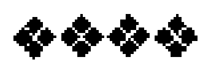
تنزانيا: ٣٠٠
أوغندا: ٣٠١
إثيوبيا: ٣٠٢
جنوب إفريقيا: ٣٠٣
أنغولا: ٣٠٣
بتسوانا: ٣٠٣
ليسوتو: ٣٠٤
مالاوي: ٣٠٤
موزمبيق: ٣٠٤
جنوب إفريقيا: ٣٠٥
زيمبابوي: ٣٠٦
وكالات الأنباء: ٣٠٦
الصحف والمجلات وانتشارها: ٣٠٧
الإذاعة والتلفزيون ٣٠٨
غرب إفريقيا: ٣٠٨
نيجيريا: ٣٠٨
غانا: ٣٠٨
ليبيريا: ٣٠٩
سيراليون: ٣٠٩
ساحل العاج: ٣٠٩
بينين: ٣٠٩
مالي: ٣١٠
السنغال: ٣١٠
شرق إفريقيا: ٣١٠
كينيا: ٣١٠

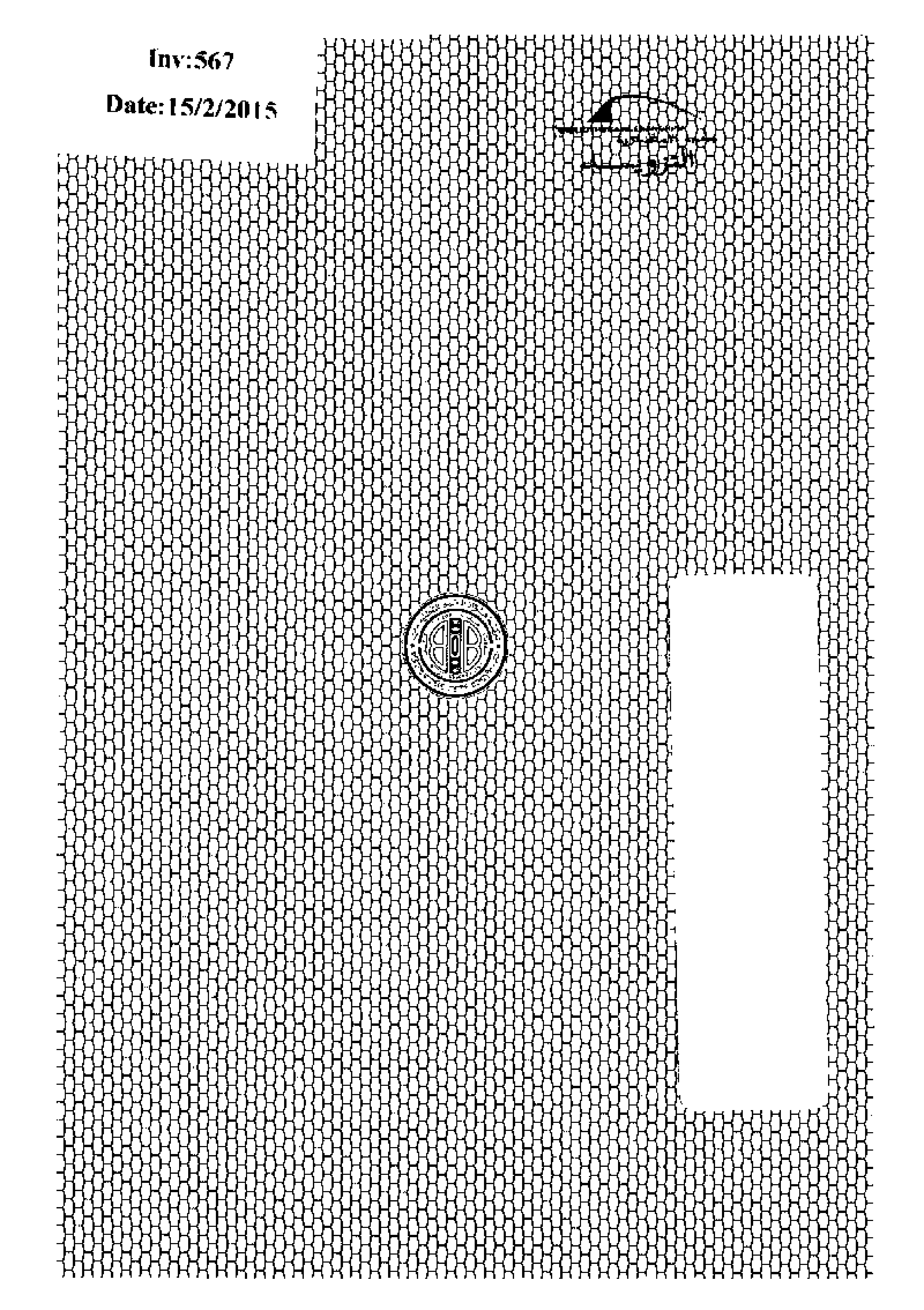
تنزانيا: ٣١١
أوغندا: ٣١١
جنوب إفريقيا: ٣١٢
أنغولا: ٣١٢
بوتسوانا: ٣١٢
ليسوتو: ٣١٢
مالاوي: ٣١٣
موزامبيق: ٣١٣
جنوب إفريقيا: ٣١٣
زيمبابوي: ٣١٣
المحتوى الإعلامي محلياً وعالمياً: ٣١٤
علاقة الحكومات بحرية الإعلام: ٣١٤
التخلص من الرقابة عبر الإنترنت: ٣١٥
العلاقة بين وكالات الصحافة والإنترنت ٣١٦
علاقة الديمقراطية بوسائل الإعلام: ٣١٦
آسيا والمحيط الهادي ٣١٧
إضاءات تاريخية: ٣١٨
الصحافة في القرن التاسع عشر: ٣١٩
الصحافة في القرن العشرين: ٣٢٠
نظرة على الإعلام الآسيوي ٣٢١
الإعلام المطبوع: ٣٢٢
شرقي آسيا: ٣٢٣
جنوب آسيا: ٣٢٧
جنوب شرقي آسيا: ٣٢٩
المحيط الهادئ: ٣٣١

إعلام الإنترنيت: ٣٣٢
شرق آسيا: ٣٣٣
جنوب آسيا: ٣٣٦
جنوب شرقي آسيا: ٣٣٨
المحيط الهادي: ٣٤١
خدمات جديدة: ٣٤٢
شرقي آسيا: ٣٤٢
جنوب آسيا: ٣٤٣
جنوب شرقي آسيا: ٣٤٣
المحيط الهادي: ٣٤٤
علاقة الحكومة بالإعلام: ٣٤٤
شرقي آسيا: ٣٤٥
جنوب آسيا: ٣٤٧
جنوب شرقي آسيا: ٣٤٩
المحيط الهادي: ٣٥١
الحرية الصحفية: ٣٥٢
التحررية الفوضوية: ٣٥٢
حرية المراقبة الذاتية: ٣٥٤
استبداد الكنفوشية: ٣٥٥
إصلاح الشيوعية: ٣٥٧
التطوير الإعلامي: ٣٥٨
مشاكل الاقتصاد الإعلامي ٣٥٩
قوانين الإعلام: ٣٦٢
ملكية الإعلام المطبوع: ٣٦٣
الإعلام المطبوع: ٣٦٣

المجلات: ٣٦٤
وكالات الأنباء: ٣٦٤
الإذاعة: ٣٦٤
التلفزيون: ٣٦٥
نيوزيلندا ٣٦٧
التنظيمات: ٣٦٧
ملكية الإعلام المطبوع: ٣٦٧
الإعلام المطبوع: ٣٦٨
المجلات: ٣٦٨
وكالات الأنباء: ٣٦٨
الإذاعة: ٣٦٩
التلفزيون: ٣٦٩
أمريكا اللاتينية ٣٧٠
إلتحام القوات ٣٧٠
المشهد الإعلامي ٣٧٠
مشاكل الإصلاح ٣٧٢
الفقر: ٣٧٢
الفساد ٣٧٣
الرقابة المؤسسية والعنف ٣٧٦
الديمقراطية: ٣٧٧
الصالح العام ٣٧٨
تاريخ وسائل الإعلام الكندية: ٣٧٩
القانون الإعلامي الكندي: ٣٨١
الصحافة في كندا: ٣٨٢
وسائل الإعلام الإلكترونية: ٣٨٤

وسائل الإعلام الجديدة:.. ٣٨٥
السينما والأفلام: ٣٨٦
مستقبل تدريس الإعلام في كندا: ٣٨٦
الولايات المتحدة ٣٨٨
تاريخ الإعلام الأمريكي: ٣٨٨
علاقة القانون الحكومي بالإعلام: ٣٨٩
صناعة الإعلام المعاصر ٣٩٢
الصحف المطبوعة: ٣٩٢
وسائل الإعلام الإلكتروني: ٣٩٤
الإنترنت والتقنيات التفاعلية الجديدة: ٣٩٧
الثقافة العالمية ووسائل الإعلام الإمبريالية.. ٣٩٧
الإعلانات والعلاقات العامة.. ٣٩٨
تنوع وسائل الإعلام في البيئات المتغيرة.. ٤٠٠
تجهيز الصحافيين والعاملين في قطاع الاتصالات للمستقبل ٤٠٠
المصادر المراجع.. ٤٠٣
أولا: المراجع العربية.. ٤٠٣
ثانياً: المراجع باللغة الانكليزية ٤٠٩
فهرس المحتويات.. ٤١٧





صناعة الإعلام
العالمي المعاصر

وكلاء وموزعي دار اليازوري في العالم

الدولة	المدينة	اسم الدار	الهاتف	الدولة	المدينة	اسم الدار	الهاتف
الأردن	عمان	الإدارة العامة	5690904	الأردن	إربد	حمادة للنشر والتوزيع	02 7270100
الأردن	عمان	فرع عمان	5690904	الأردن	الكرك	فرع الدار في الكرك	03 2302111
السعودية	الرياض	مؤسسة الجريسي	4039328	ليبيا	طرابلس	مكتبة طرابلس	213601583
السعودية	الرياض	دار الزهراء	4641144	ليبيا	طرابلس	دار الحكمة	213606571
السعودية	الرياض	مكتبة العبيكان	4650071	ليبيا	طرابلس	الدار العربية للكتاب	3330384
السعودية	الرياض	مكتبة جرير التجارية	4626000	ليبيا	طرابلس	دار الرواد	3350333
السعودية	الرياض	مكتبة الخريجي	4646258	العراق	بغداد	مكتبة دجلة	0096418170792
السعودية	جدة	مكتبة كنوز المعرفة	6570628	العراق	الموصل	دار ابن الأثير	7702036776
السعودية	الدمام	مكتبة المتنبي	8272906	العراق	بغداد	مكتبة الذاكرة	796449420
السعودية	المنورة	مكتبة الزمان	8366666	الكويت	الكويت	مكتبة ذات السلاسل	466255
السعودية	الرياض	مكتبة الرشد	4593451	فلسطين	غزة	مكتبة سمير منصور	97082825688
السعودية	الرياض	دار المريخ	4657939	فلسطين	رام الله	مكتبة الشروق	02-2961614
السعودية	الرياض	مكتبة الشقري	4611717	فلسطين	الخليل	مكتبة دنديس	2225174
السعودية	جدة	تهامة للنشر	65152845	فلسطين	رام الله	دار الرعاة	22961613
السعودية	جدة	مكتبة المأمون	6446614	فلسطين	غزة	مكتبة البازجي	287099
السعودية	مكة المكرمة	مكتبة الثقافة	5429049	سورية	دمشق	مكتبة النوري	2311189
الجزائر	الجزائر	دار الثقافة العلمية	21541135	سورية	حلب	دار القلم العربي	2113129
الجزائر	وهران	دار ابن النديم	41359788	السودان	الخرطوم	الدار السودانية للكتب	6780031
الجزائر	الجزائر	دار الكتاب الحديث	354105	البحرين	المنامة	المكتبة الوطنية	293840
الجزائر	الجزائر	مؤسسة الضحى	214660	البحرين	المنامة	المكتبة العلمية	7786300
الجزائر	الجزائر	دار ابن باديس	645900	البحرين	المنامة	مؤسسة الايام	725111
الجزائر	وهران	دار العزة والكرامة	41540793	البحرين	المنامة	مكتبة فخراوي	591118
الجزائر	قسنطينة	دار اليمن	961869	فرنسا	باريس	معهد العالم العربي	140513809
الجزائر	قسنطينة	انفودك	770906434	المغرب	أغادير	مكتبة وراقة الج[illegible]	[illegible]
الجزائر	الجزائر	دار البصائر	495735	المغرب	الدار البيضاء	المركز الثقافي ال[illegible]	[illegible]
الجزائر	الجزائر	مكتبة الأصالة	243602	سلطنة عمان	روي	مكتبة القرآن ال[illegible]	[illegible]
الجزائر	الجزائر	دار الهدى	021966220	المملكة المتحدة	لندن	مكتبة السا[illegible]	[illegible]
مصر	مدينة نصر	دار الشروق	4023399	أميركا	لوس أنجلس	مكتبة جري[illegible]	[illegible]
مصر	القاهرة	مكتبة مدبولي	5756421	اليمن	صنعاء	الدار العلمي[illegible]	[illegible]
مصر	القاهرة	دار الفجر	6246252	اليمن	صنعاء	دار العلوم الج[illegible]	[illegible]
مصر	القاهرة	الهيئة المصرية العامة	25775371	اليمن	صنعاء	دار الكلمة	[illegible]
مصر	القاهرة	مجموعة النيل العربية	2026717135	اليمن	صنعاء	دار الكتاب الجا[illegible]	[illegible]
مصر	القاهرة	الشركة العربية المتحدة	22705844				



عمان - وسط البلد - شارع الملك حسين
هاتف 4626626 6 962+ تلفاكس 4614185 6 962+
ص.ب 520646 الرمز البريدي 11152
info@yazori.com www.yazori.com



للحصول على نسخة إلكترونية
www.jordanebooks.com

